



# Responsabilidad Corporativa en SanLucar 2011/2012

## Diversidad: la base para una estabilidad duradera

La naturaleza es nuestro socio más importante, esto es algo que todo el mundo tiene claro en SanLucar. La fruta y la verdura son productos cultivados por las personas para las personas, por lo tanto, el respeto y el compromiso con y por el ser humano y la naturaleza son las máximas de SanLucar, impresas en la filosofía de la empresa y en la marca SanLucar.

Para nosotros, es natural manejar los recursos de manera responsable, desarrollar embalajes innovadores y cultivar nuestros productos respetando el medio ambiente, además de participar en proyectos sociales en nuestros países de cultivo.

SanLucar quiere ser parte de la solución, y busca el intercambio activo con los empleados, productores, socios y consumidores, que son nuestros stakeholders. También involucramos expertos externos, que trabajan en los ámbitos de la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa, denominada internacionalmente *Corporate Responsibility*. Por eso, hemos realizado durante todo el año varias entrevistas con nuestros stakeholders acerca de diversas temáticas, para conocer, de primera mano, qué es lo que significa para ellos responsabilidad corporativa y cómo la aplican en su día a día.

Con esta memoria queremos demostrar que responsabilidad corporativa es algo que se vive en SanLucar y que podemos medirnos en este aspecto con los mejores.

Desde julio a septiembre del año 2010, llevamos a cabo un estudio detallado para averiguar qué expectativas tienen nuestros stakeholders, qué es lo más importante para nuestros empleados y consumidores, y cómo y dónde influimos directa o indirectamente en nuestro medio ambiente y nuestra comunidad. Con los resultados, nos hemos reunido con un grupo de expertos a principios

de 2012, para examinar y definir más detalladamente nuestra estrategia, objetivos y futuras actividades en cuanto a responsabilidad corporativa.

Hemos dedicado un capítulo de esta Memoria a cada uno de nuestros stakeholders, en el que explicamos, cómo nos esforzamos juntos para lograr una sociedad más justa y responsable, y para la conservación de un medio ambiente sano. Se incluyen temas como la igualdad y diversidad cultural, el programa de voluntariado internacional, un cultivo respetuoso con el medio ambiente, empleando fauna auxiliar, innovaciones en Packaging, como nuestra patentada Light-Weight Box, y la importancia que tiene para nosotros una relación justa y a largo plazo con nuestros socios.

Mientras lee esta memoria, nosotros continuamos trabajando en alcanzar nuestros objetivos y en cumplir con nuestra responsabilidad en SanLucar, en todo el mundo.

Introducción – Carta del presidente

■ 1 **Somos SanLucar**

12 1.1 La marca SanLucar

12 1.2 El mundo SanLucar

14 1.3 Con visión de futuro

16 1.4 La estructura de SanLucar

■ 2 **La Responsabilidad Corporativa en SanLucar**

20 2.1 El equipo CR

21 2.2 Sabor en armonía con el ser humano y la naturaleza

23 2.3 El modelo »de dentro a fuera«

24 2.4 ¡SanLucar se mueve!

25 Charlamos con Peter Kromminga, director de UPJ

28 2.5 La gestión del riesgo

■ 3 **Creciendo juntos**

30 3.1 ¿Qué es el Balance Socio-cultural?

31 3.2 Formación y desarrollo

32 3.3 Nuestras políticas de igualdad y diversidad

34 3.4 Seguridad vial y movilidad sostenible

34 3.5 La comunicación interna y la encuesta de clima laboral

35 3.6 Nuestro sistema de gestión SA8000

■ 4 **Sólo los mejores agricultores**

38 Los hermanos Llusar nos hablan de su gran pasión

40 El secreto de Giuliano

44 4.1 Cultivando confianza

45 4.2 El Precio de la responsabilidad

46 4.3 El diálogo con nuestros agricultores

47 Charlamos con Pepe Saorín, Técnico de Calidad de SanLucar

49 4.4 Nuestros agricultores alemanes complementan nuestra oferta

■ 5 **El compromiso con nuestra comunidad**

52 5.1 ¡SanLucar se involucra!

53 5.1.1 ¡Feliz Navidad para todos!

54 5.1.2 Compromiso de SanLucar con la vida sana y el deporte

54 5.1.3 Compromiso de SanLucar con el desarrollo de la infancia y la juventud

54 5.1.4 Tiendas sociales

55 5.2 Nuestro programa de voluntariado corporativo

55 5.2.1 Voluntariado por la sociedad valenciana con ENGAGE Valencia

56 Charlamos con Juan Ángel Poyatos, vicepresidente de Fundar

59 5.2.2 Nuestro voluntariado internacional

60 Charlamos con Sr. Alan Bojanic, Representante de la FAO en Chile

63 5.3 El desarrollo social en SanLucar Internacional

64 Charlamos con Santiago Galán, CEO de SanLucar Internacional

■ 6 **Nuestros clientes y consumidores, nuestra mejor garantía**

70 Edeka Südwest y SanLucar

71 REWE y la sostenibilidad. Entrevistamos a Tanja Dietrich-Hübner

73 6.1 Innovación social en Packaging

73 6.2 Calidad transparente

74 6.3 El diálogo con nuestros clientes y consumidores

75 6.4 Comunicación fresca

76 6.4.1 La comunidad online de SanLucar

77 6.4.2 Nuestros viajes de formación – acercando la finca al supermercado

■ 7 La naturaleza, nuestro principal socio

80 7.1 En armonía con la naturaleza

84 Charlamos con Carmen Nicolás, Directora de Calidad y Producción de SanLucar



86 7.2 Protección de la atmósfera

86 7.3 Packaging innovador

86 7.3.1 Embalajes de cartón ondulado más ligeros y ecológicos

87 7.3.2 Programa de reducción del plástico de nuestros envases primarios

88 7.4 Green office

■ 8 Anexos

92 Anexo 1. Tabla Indicadores GRI

113 Anexo 2. Informe del Progreso (CoP)

115 Anexo 3. Datos corporativos

115 I. Perfil financiero



117 II. Cifras sobre empleados

119 III. Materiales utilizados para Packaging

120 Anexo 4. Contactos

121 Anexo 5. Certificados

122 Anexo 6. Glosario



### Biografía de nuestro Presidente, Stephan Rötzer

Hijo de un comerciante de fruta y verdura de Múnich, ya de pequeño, Stephan Rötzer aprendió de su padre la manera de reconocer las frutas más frescas, sabrosas y sanas. Empezó su carrera como vendedor en el sector de la alimentación. Ha sido comercial de compras de una cadena de supermercados, carretillero, encargado de una planta de envasado de cítricos y habla cinco idiomas. Así, Stephan Rötzer emplea su experiencia adquirida a lo largo de toda su vida con la fruta y la verdura y la aplica a una filosofía de empresa de visión global e internacional.

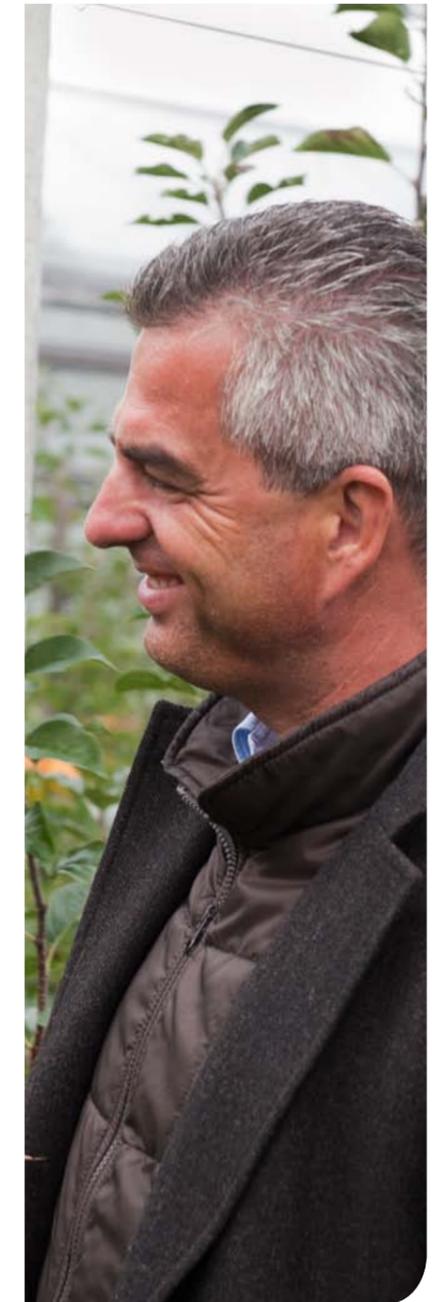
## Introducción – Carta del presidente

Querido lector, querida lectora, hace ya casi 20 años, cuando comencé con SanLucar, no me podía imaginar el momento en el que hoy nos encontraríamos. Somos ya más de 1.300 personas en 30 países las que se esfuerzan cada día para hacer posible que el consumidor pueda disfrutar de la mejor y más sabrosa fruta y verdura. Se trata de personas que aman lo que hacen, y eso se transmite en cada bocado de SanLucar. Pero nuestro mundo cambia muy rápidamente, y nos enfrentamos a grandes retos: nuestra población envejece, el planeta sufre, escasean los alimentos y el agua potable para todos, los jóvenes no se interesan por la tradición agrícola y están desmotivados por el futuro que les espera, y el índice de pobreza va en aumento cada día... Ante esta situación, no podemos quedarnos sentados a observar, ¡debemos actuar!

En SanLucar hemos crecido sin perder nunca de vista cuál es el futuro que deseamos para nuestra empresa, nuestros colaboradores y nuestra sociedad. Por eso, nos comprometemos y trabajamos juntos diariamente por ese futuro. Para todos nosotros, la calidad y el sabor excepcional de nuestras frutas y verduras se consigue sólo si cultivamos y actuamos en armonía con el ser humano y la naturaleza. Esta filosofía de SanLucar no son sólo palabras, es una filosofía que se siente, se comparte y se vive cada día. Una muestra de ello es que los trabajadores de SanLucar en Puzol hayan invertido más de 2.000 horas en actividades de voluntariado corporativo, dedicando, incluso parte de su tiempo libre, para ayudar a personas que se encuentran en situaciones de pobreza o exclusión.

La compra de la finca de Rooihoogte en Sudáfrica, en marzo de 2012, es un paso más hacia ese futuro que imaginamos en SanLucar. Personas de 19 nacionalidades y otras tantas culturas, lenguas y dialectos forman lo que hoy conocemos como SanLucar. Por este motivo, nos esforzamos en el desarrollo de todas ellas y trabajamos por la igualdad de oportunidades. Se trata de un desafío importante en países con desigualdad histórica, como Sudáfrica, donde estamos invirtiendo tiempo, dinero y esfuerzo en las más modernas instalaciones, las mejores condiciones laborales y un desarrollo social desde mucho antes de plantar nuestra primera clementina. Pero aún hay mucho por hacer, por eso debemos plantearnos todos los días la mejor forma de crecer y producir, y demostrar con hechos que estamos en el camino correcto.

Esta Memoria es un resumen de lo que hemos emprendido en 2011 y 2012, y en ella incluimos por primera vez una tabla de indicadores según GRI (Global Reporting Initiative), además de nuestros indicadores de progreso respecto a los 10 Principios del Pacto Mundial, que firmamos en 2011. Deseo que a través de su lectura puedas acercarte un poco más a SanLucar, conocer quiénes somos, qué hay detrás de nuestro sabor y qué es lo que hace nuestro producto tan especial.



Stephan Rötzer



Productos de SanLucar

## 1. Somos SanLucar

- La marca SanLucar
- El mundo SanLucar
- Con visión de futuro
- La estructura de SanLucar



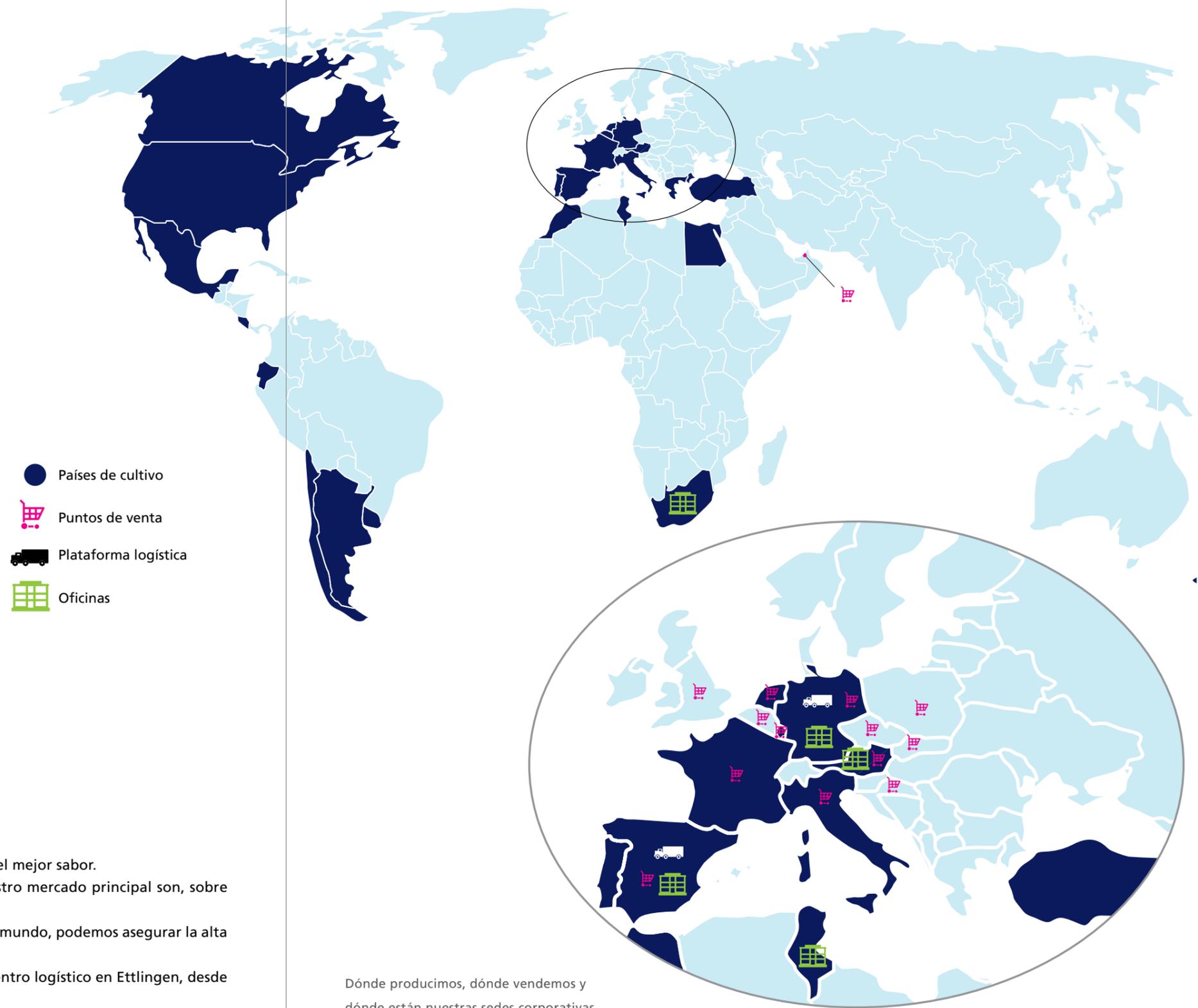
SanLucar representa la mejor fruta y verdura, representa la calidad y la pasión por el mejor sabor. Para conseguirlo han trabajado, peleado y contribuido de muchos modos, y lo siguen haciendo, personas de todo el mundo. Entre ellos, los agricultores, recolectores, seleccionadores, envasadores, transportistas y, por supuesto, nuestros compañeros de las sedes corporativas. Sin estas personas, SanLucar no sería SanLucar.

### 1.1 La marca SanLucar

Para entender la marca SanLucar, hay que conocer su filosofía: «el sabor es lo principal, siempre en armonía con el ser humano y la naturaleza». Por ello, SanLucar trabaja a nivel mundial con agricultores de más de 30 países, quienes combinan experiencia ancestral y cultivo tradicional con los métodos y conocimientos agrarios más modernos. El equipo de Calidad de SanLucar los respalda in situ. Jamás perdemos de vista nuestros frutos, desde el esmero en la elección de los campos y la plantación de variedades, hasta la cosecha en su óptimo momento y el transporte cuidadoso a nuestros socios de distribución. En el punto de venta, ofrecemos con nuestra presencia orientación entre una oferta de fruta y verdura en ocasiones confusa, lo que nos distingue y nuestros consumidores agradecen cada día. Aquél que escoge frutas de SanLucar sabe que adquiere el mejor sabor en armonía con el ser humano y la naturaleza.

### 1.2 El mundo SanLucar

SanLucar ofrece más de 100 variedades de frutas y verduras, con la más alta calidad y el mejor sabor. Nuestros productos proceden de 30 países diferentes, y se venden en 14 países. Nuestro mercado principal son, sobre todo, los países de habla alemana, es decir, Alemania y Austria. Gracias a la selección y constantes controles de calidad de nuestros expertos en todo el mundo, podemos asegurar la alta calidad de nuestros productos. Además, hacemos uso de las técnicas más avanzadas, como ocurre en nuestro nuevo centro logístico en Ettlingen, desde donde distribuimos nuestros productos para todo el mercado alemán.



Dónde producimos, dónde vendemos y dónde están nuestras sedes corporativas

### 1.3 Con visión de futuro



En SanLucar tenemos una visión: ofrecer a nuestros clientes la fruta y verdura con la más alta calidad y el mejor sabor durante los 12 meses del año. La visión de SanLucar incluye necesariamente el desarrollo de nuestra presencia internacional en los 5 continentes. Crecemos a través de alianzas con los mejores socios productores locales que nos aseguren a nosotros y a nuestros clientes un producto Premium, así como un cultivo responsable en todos los sentidos, esto es, métodos de cultivo que nos permitan optimizar los recursos, un salario justo para todos y un firme compromiso con la comunidad local.

Esta visión es también un claro compromiso con nuestros clientes, y para atender a este compromiso, SanLucar ha desarrollado un ambicioso plan de desarrollo de negocio a 10 años para la implicación en la producción en varios países y abarcar de este modo todas las temporadas de producción.

En todo este proceso y plan de expansión siempre están como referentes nuestra visión y valores. Son nuestro faro y nuestro radar. Esto no significa que podamos comenzar con la aplicación del cien por ciento de nuestras políticas desde el primer momento en el que llegamos a un nuevo territorio. Se trata de un proceso continuo repleto de retos, pero con un claro objetivo: cultivar en armonía con el ser humano y la naturaleza.

#### Nuestro »buque insignia«: Túnez

Estamos especialmente orgullosos de nuestro oasis de Túnez. Allí crecen desde hace cuatro años los tomates de SanLucar, de máxima calidad y sabor.

La propia elección de la zona supone siempre la primera decisión importante: SanLucar elige las zonas y terrenos con un microclima especial que nos permite reducir el consumo de recursos naturales. Por ejemplo, el clima de Túnez permite aplicar métodos de producción orientados al residuo cero, ya que debido a las bajas precipitaciones se obtiene una menor incidencia de enfermedades en las plantaciones.

En paralelo, hemos invertido en la mejora continua de las instalaciones de nuestros invernaderos, como por ejemplo nuestro sistema de reciclado del agua de drenaje o el sistema de calentamiento a través de la recirculación de agua, aprovechando la propia energía geotérmica que nos regala nuestro oasis. Todo esto, unido al esfuerzo diario de nuestros expertos locales en todo el mundo por entender las necesidades de las plantas, nos permite un máximo aprovechamiento de las condiciones climáticas y del suelo en cada zona geográfica y sacar lo mejor de la planta en cada momento.

Pero SanLucar no sólo invierte en tecnología. Nuestra inversión más importante y de la que nos sentimos más orgullosos es en las personas. En estos últimos 4 años en Túnez hemos invertido en formación y desarrollo, en las mejores condiciones laborales, en instalaciones recreativas, en beneficios sociales, en seguridad y salud laboral, y por supuesto, en premiar el esfuerzo y el compromiso. Por eso, nuestros colegas de Túnez reciben un salario superior a la media local en más de un 30% y el 100% de nuestros colaboradores han doblado su salario en estos cuatro años como expresión de su fidelidad, implicación, compromiso y rendimiento.

Nuestro oasis no es una isla. No es suficiente sólo con entender a nuestros empleados, sino que hay que ir más allá y dialogar con las comunidades locales y sus líderes para entender sus necesidades y descubrir cómo SanLucar puede ayudar. De este modo, la continua inversión en las personas, en el Medio Ambiente y en I+D ha hecho posible que hoy, 4 años después, estemos hablando en Túnez de una realidad capaz de superar incluso los retos que el entorno sociopolítico han supuesto en los últimos tiempos. ¡Y hemos aprobado con nota!

Este mismo modelo de crecimiento es el que queremos continuar replicando en aquellas zonas en las que SanLucar produzca hoy y mañana y mejorar continuamente.

En marzo de 2012 comenzó un nuevo reto en Sudáfrica, nuestro segundo »buque insignia«. Nuestra finca Rooihoogte, que significa »tierra roja« en su lengua nativa, el Afrikaans, tiene 608 Ha con unas cualidades agrícolas excelentes. En ella, nuestros compañeros de SanLucar Internacional trabajan sin descanso junto a un gran equipo local: hay que preparar la tierra para las nuevas plantaciones, desarrollar el esquema de plantación futuro (variedades, productos, líneas de cultivo), diseñar las instalaciones de riego conforme a los estándares de SanLucar, ubicar las parcelas y los embalses, planificar las campañas, etc. Todo esto para poder ofrecer a nuestros clientes desde esta misma campaña 2012-2013 los más sabrosos cítricos, uva y fruta de hueso, entre otros productos.

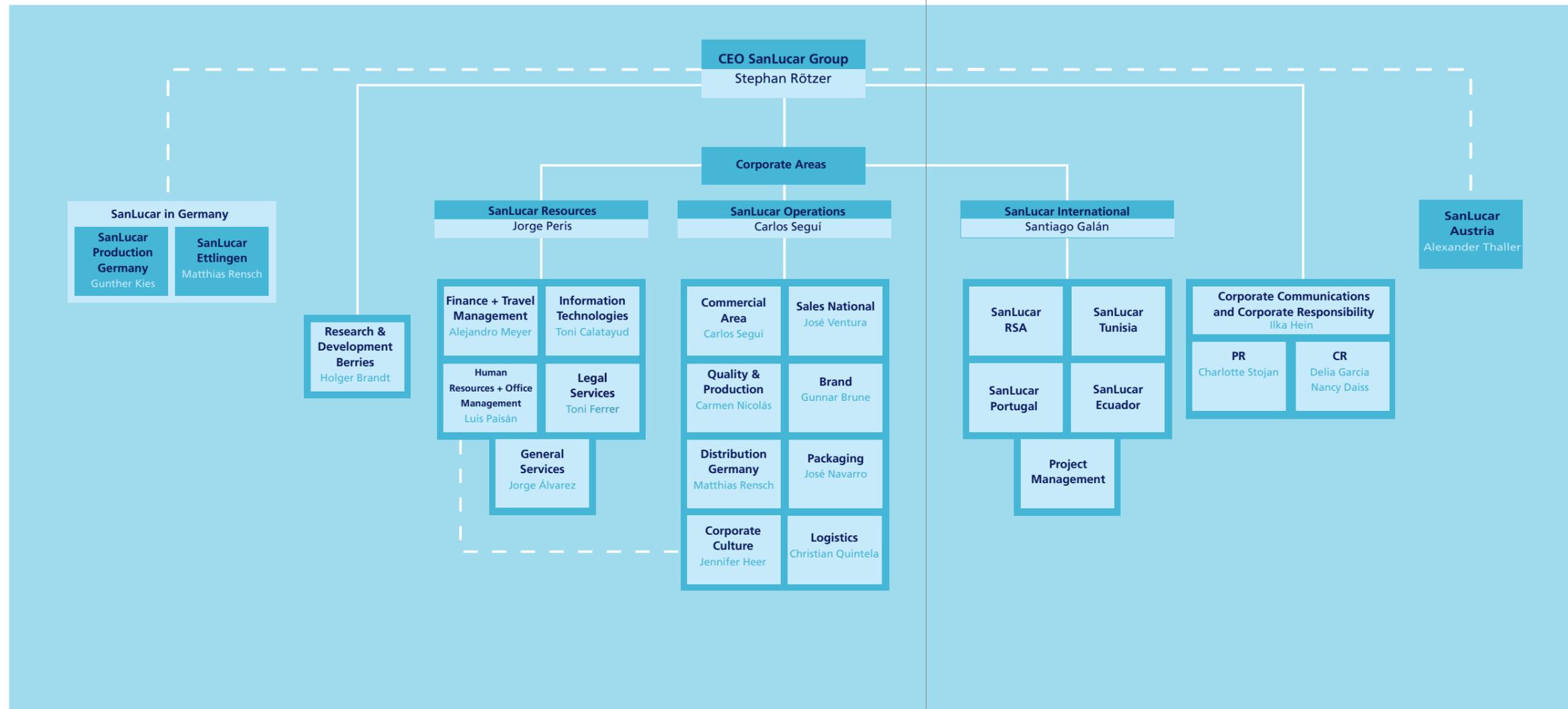
#### Nuestro compromiso

Queremos seguir avanzando hacia el futuro que deseamos para SanLucar, y lo hacemos cada día, trabajando, con un gran equipo humano y una vocación: la pasión por la mejor fruta y verdura.

Plan de futuro. Horizonte 2020				
Zona	Hectáreas	Toneladas	Empleados	Productos
Túnez	4.000	100.000	20.000	tomate, fruta de hueso, cítrico, berries, melón y sandía, lechuga, pimiento, berenjena, calabacín
Sudáfrica	3.000	65.000	8.000	fruta de hueso, cítrico, berries, uva
Chile / Perú	1.500	50.000	5.000	cítrico, berries, fruta de hueso
Ecuador / Costa Rica	700	2.000	1.000	piña, banana y uva
Asia	300	1.000	1.800	cítrico, berries, fruta de hueso

## 1.4 La estructura de SanLucar

La central de SanLucar en Puzol se organiza por Áreas, Direcciones y Departamentos, tal y como se muestra en el organigrama adjunto. El resto de las delegaciones de SanLucar funcionan con sus propios departamentos de RRHH, Administración y comerciales, siempre coordinados con sus homónimos en la central de Puzol.



Organigrama del Grupo SanLucar



Nuestro agricultor Gössl, las mejores manzanas de la región de Steiermark, en Austria.

## 2. La Responsabilidad Corporativa en SanLucar



- El equipo CR
- El modelo »de dentro a fuera«
- Sabor en armonía con el ser humano y la naturaleza: unos valores compartidos, una filosofía vivida
- ¡SanLucar se mueve!
- La gestión del riesgo

La responsabilidad social y la sostenibilidad (CR) forman parte de nuestra filosofía de empresa y se reflejan en nuestra política, nuestros valores, nuestra comunicación y nuestro día a día.

## 2.1 El equipo CR

El equipo de CR se compone de profesionales que trabajan desde diferentes puntos de vista la responsabilidad social y la sostenibilidad en SanLucar (contactos en Anexo 4). Apoyan al equipo SanLucar para desarrollar el programa de CR, pero no están solas, CR somos en realidad todo el equipo SanLucar, que trabajamos en conjunto con un mismo objetivo y compartimos una visión de futuro.

### Ilka Hein, comunicación corporativa, PR y CR desde Alemania

Ilka es experta en Marketing, Comunicación Corporativa, Relaciones Públicas y Responsabilidad Corporativa, además de coach profesional. Asesora al equipo desde Alemania en los ámbitos de los que es experta. Es el enlace de SanLucar con la prensa y además conoce perfectamente cómo funciona SanLucar, nuestro sector y nuestro mercado; y cómo comunicar a nuestros stakeholders nuestra filosofía, valores y planes de futuro. Ilka es además la máxima responsable de CR en Alemania donde, junto con nuestros compañeros de Ettlingen y Karlsruhe, desarrolla actividades en colaboración con las entidades locales, ONG y el resto de nuestros stakeholders.

### Delia García, gestión desde Puzol y programas de desarrollo sostenible y sociocultural

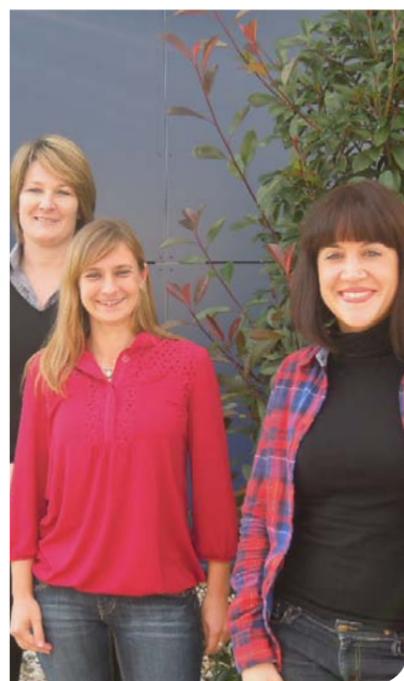
Delia estudió Ciencias Ambientales y es Máster en Ingeniería y Gestión Medioambiental, en Responsabilidad Corporativa y Procesos de Comunicación en la Empresa. Es especialista en gestión responsable y desarrollo sostenible, y se encarga de coordinar y gestionar proyectos desde Puzol, así como de dinamizar grupos internos de trabajo para la gestión responsable en SanLucar y para el diálogo con los stakeholders.

Delia es responsable del proyecto de desarrollo social en Sudáfrica y del programa de voluntariado corporativo y Entrepreneurship/Emprendimiento. Forma parte del equipo encargado de la medición y minimización de la huella de carbono, del comité de igualdad y diversidad y del de movilidad sostenible.

### Nancy Daiss, agroecología y desarrollo regional en Puzol y Túnez

Nancy Daiss es ingeniera agrónoma e hizo un Máster en Administración empresarial. Actualmente está finalizando su máster en Agroecología. Trabaja desde 2007 en SanLucar, y desde 2011 forma parte del equipo de CR, aportando sus conocimientos para un cultivo sostenible y proyectos de desarrollo social.

Es miembro del comité de seguridad y salud de SanLucar Fruit y del equipo Green Office.



El equipo CR.

### CR está en todo el mundo: los embajadores

SanLucar es una empresa internacional, y necesitamos a nuestros compañeros en el mundo SanLucar para que nos ayuden a ser responsables globalmente.

Embajadores como Petra Kreinecker en Austria, Andrea Ceballos, Dali Chabchoub y Bochra Jourani en Túnez, Marius Merwe y Patricia Ciscar en Sudáfrica, Fernando Piza en Ecuador y Costa Rica o Nicolás Aguilera en Chile son nuestros ojos, nuestros oídos y nuestras manos sobre el terreno. Sin ellos, ¡la CR en SanLucar no sería posible!



#### Así, el equipo CR tiene una serie de funciones:

- Identifica oportunidades de desarrollo social y protección del medio ambiente en nuestras actividades y nuestras comunidades.
- Se mueve en los principales foros temáticos sobre responsabilidad social a nivel nacional e internacional para estar al tanto de las tendencias y desarrollos más novedosos y aplicarlos en la medida de lo posible.
- Dialoga con los departamentos y fomenta la creación de grupos de trabajo para el desarrollo de conceptos y la aplicación de la sostenibilidad en la empresa.
- Apoya a los departamentos para el desarrollo de proyectos específicos para la consecución de los objetivos de CR y sostenibilidad de la empresa.
- Desarrolla, en colaboración con todos los departamentos y áreas de SanLucar, el diálogo con los stakeholders (empleados, agricultores, clientes, consumidores, ONG, Administraciones públicas, etc.) para identificar oportunidades de colaboración y de mejora continua.
- Realiza un seguimiento del avance en los objetivos de CR y coordina la elaboración anual de esta Memoria.

## 2.2 Sabor en armonía con el ser humano y la naturaleza: unos valores compartidos, una filosofía vivida

En SanLucar creemos que todos nuestros actos cuentan, y por ello tanto nosotros como nuestros colaboradores conocemos cuáles son nuestros valores y compromisos y tratamos de aplicarlos diariamente en nuestro trabajo y en nuestras decisiones. Por eso, en 2011 hemos traducido nuestro código ético a 6 idiomas y lo hemos colgado en nuestra página web <http://www.sanlucar.com/unternehmen/corporate-responsibility/> y el portal web.

Pero sabemos que podemos seguir mejorando. Por eso, la empresa SanLucar ha ido un paso más allá con la creación del nuevo departamento de Corporate Culture Management en 2012, que trabajará en la mejora de la comprensión e interiorización de los valores SanLucar con nuestros colegas, nuestros clientes y nuestros agricultores a través de herramientas como los viajes de formación, jornadas específicas o sesiones de coaching.

Asimismo, David Casinos, Ricardo Ten y Óscar Ponce, 3 deportistas paraolímpicos españoles con discapacidades severas se trasladaban a nuestra sede de Puzol el 26 de abril de 2012 para enseñarnos que con el Esfuerzo, la Pasión, el Trabajo en Equipo, la Excelencia, la Calidad, la Iniciativa y la Motivación TODO ES POSIBLE. El objetivo era que compartieran con nosotros sus vivencias y nos demostraran cómo trabajan en el día a día estos VALORES para conseguir sus metas.

Todas estas actuaciones forman parte del plan de desarrollo de personas, para desarrollar los valores de SanLucar y plasmarlos de forma que todos los sintamos y vivamos en nuestro día a día, y sepamos compartirlos y transmitirlos adecuadamente.

Así, por ejemplo, el equipo de técnicos de Calidad transmitirá al agricultor nuestro concepto de cultivo sostenible, pero también trabajará codo a codo con él por conseguir los objetivos cada campaña. Esta interacción puede lograrse porque nuestros socios de producción muestran una gran disposición a cooperar y la voluntad de mejorar.

¿Y cuáles son estos compromisos? SanLucar dispone de un Código Ético que se basa

principalmente en los principios de la Norma internacional SA8000, en base a la cual SanLucar se encuentra certificado desde 2010, así como en los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, que firmó en 2011.

Nuestro Código Ético se entrega a todos nuestros stakeholders como un resumen de los compromisos que SanLucar adquiere, junto con sus socios y colaboradores, y que guía la toma de decisiones de la compañía. De este modo, podemos hablar de la Calidad SanLucar, una calidad que se vive en toda la cadena de valor y que es sostenible.

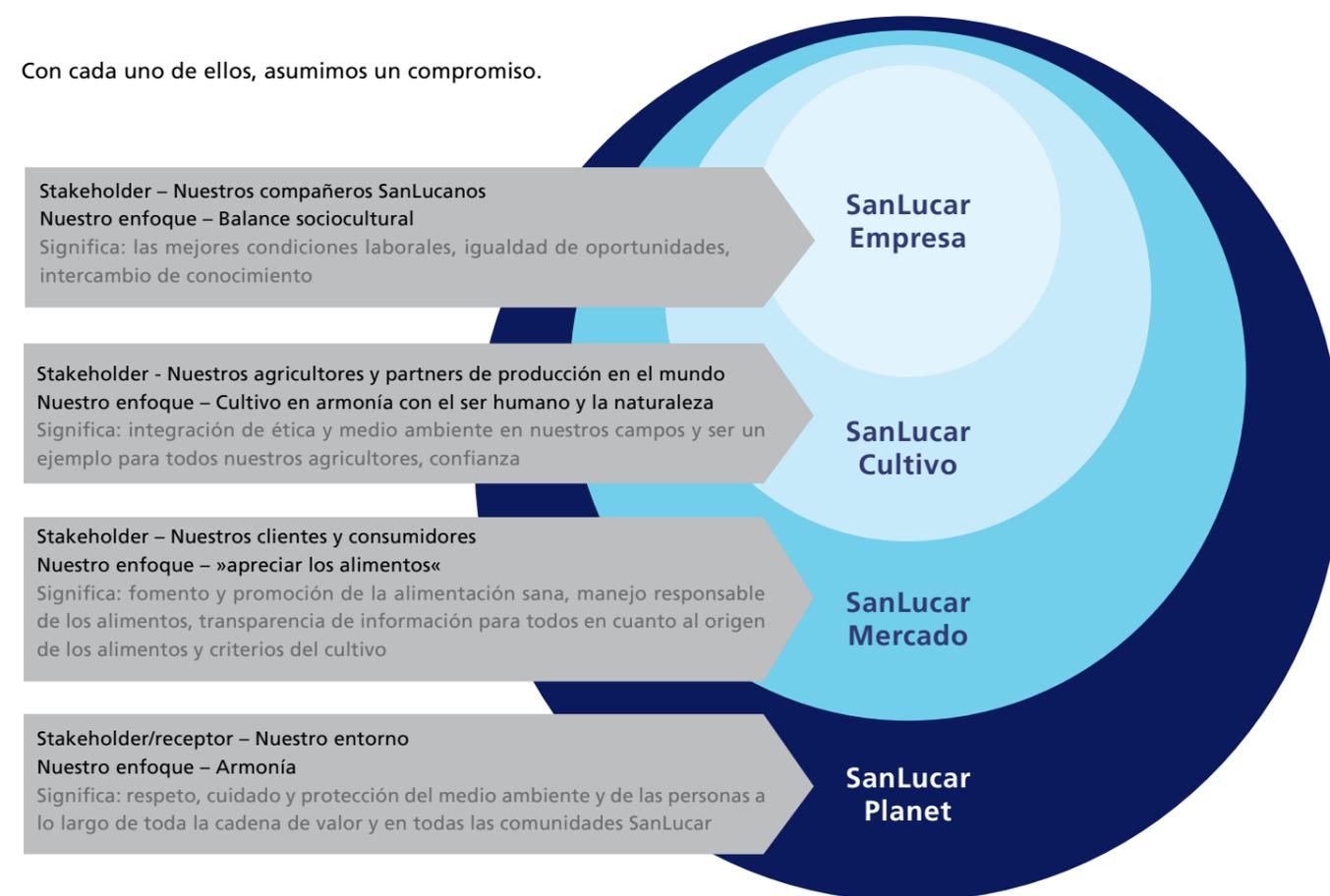
Los Valores de SanLucar	... y en el día a día ...
1. Colaboración y cooperación con nuestros partners para avanzar hacia la excelencia	• No te fijes en el proveedor, el producto o el cliente. Fíjate en la persona
2. Escucha activa de nuestros stakeholders para un mejor entendimiento de sus necesidades	• Trabaja siempre con previsión – así evitas los problemas y tener que solucionarlos
3. Ética y gestión responsable: Fair-Play en el negocio	• Busca la crítica y ayuda a los demás a llegar a ser mejores que tú
4. Honestidad y transparencia	• No aceptes soluciones intermedias
5. Calidad: cuidamos hasta el último detalle durante todo el proceso: presembrado, siembra, cultivo, cosecha, distribución y comercialización	• Asume responsabilidades y nunca antepongas tus intereses personales al éxito del grupo (sentido común)
6. Sostenibilidad: respeto y protección del medio ambiente y de las personas, independientemente de su condición o circunstancias	• Trabaja sólo de forma que seas feliz. De esta manera creas éxito para la empresa y para nuestros colaboradores
7. Innovación significa para nosotros desarrollo sostenible y aprendizaje continuo	• Trabaja sólo con colaboradores que tengan los mismos valores que nosotros
8. Anticipación frente a corrección	
9. Garantía de las frutas y verduras más sanas, naturales y sabrosas todo el año	
10. Compartimos los valores SanLucar con nuestros colaboradores y los transmitimos a todos nuestros stakeholders	

## 2.3 El modelo »de dentro a fuera«

Nuestro modelo de CR se desarrolla de dentro a fuera y está basado en la aplicación de una estrategia que implica la colaboración y el trabajo conjunto con nuestros principales stakeholders, ejes de dicha estrategia y miembros de la Familia SanLucar. Así, nuestras acciones se dirigen:

- A nuestros colegas SanLucanos, empleados de SanLucar
- A nuestros colaboradores, nuestros socios de producción
- A nuestros socios de distribución, clientes y consumidores
- A nuestro entorno social y ambiental

Con cada uno de ellos, asumimos un compromiso.

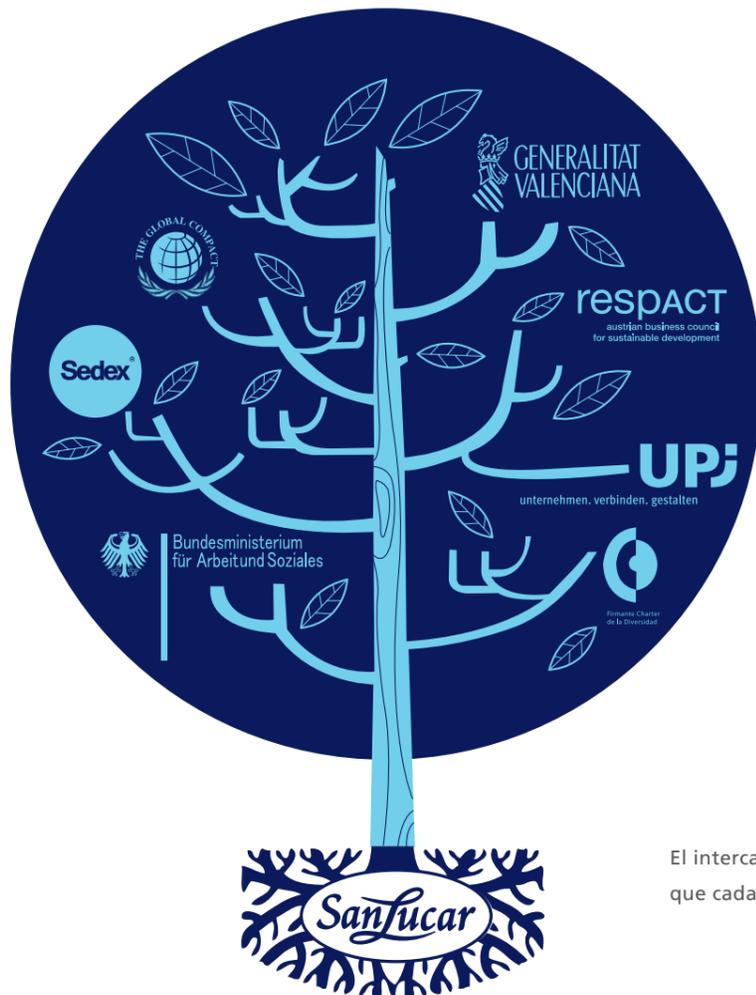


Nuestro modelo de CR, »de dentro a fuera«

## 2.4 ¡SanLucar se mueve!

Dialogamos con los expertos sobre las fórmulas actuales de vivir la sostenibilidad y conseguimos también a través del diálogo un conocimiento de las mejores prácticas, una fuente de inspiración y el análisis crítico del propio desempeño. El intercambio activo con las redes y nuestros Stakeholders nos da la oportunidad de identificar con antelación los problemas y reaccionar ante ellos.. Esto significa:

- **Fomento de la responsabilidad.** Fomentamos los principios del Pacto Mundial y del Charter de diversidad, porque creemos en una sociedad justa y en un mundo más sostenible. Nuestras actividades se rigen por estos principios.
- **Networking** – Somos miembros de las redes UPJ en Alemania y respACT en Austria. Estas son redes de ciudadanía corporativa y responsabilidad social de empresas comprometidas y organizaciones intermediarias de utilidad pública (ONG, organizaciones internacionales). El intercambio con otras empresas y organizaciones nos muestra si vamos por buen camino.
- **Transparencia** - Publicamos nuestro desempeño en el SEDEX (the Supplier Ethical Data Exchange).
- **Activos en nuestra comunidad** – Formamos parte del programa ENGAGE Valencia desde 2011, y participamos en multitud de campañas solidarias tanto en España, como en Alemania, Austria y en SanLucar Internacional.



El intercambio de información hace que cada día crezcamos sanos

## Charlamos con Peter Kromminga

Peter Kromminga es el director de UPJ, la red de CSR y Corporate Citizenship (ciudadanía corporativa) en Alemania. Como colaboramos mucho con ellos, estábamos interesados en hablar con él acerca de diferentes aspectos de responsabilidad corporativa y conocer su opinión.

**Sr. Kromminga, ¿qué desencadenó la creación de UPJ? ¿Qué necesidades no estaban satisfechas? ¿Qué valor adicional aporta UPJ a los empresarios?**

La misión de UPJ es sacar CSR adelante en Alemania. Entendemos CSR como el aporte específico que hacen las empresas a un desarrollo sostenible, que pueden lograr a través de actuaciones responsables en toda la cadena de valor y en la sociedad, colaborando con personajes de la sociedad civil, política y administración. Así se pueden crear innovaciones corporativas y la sociedad puede desarrollarse con perspectivas hacia un futuro. Las empresas reciben apoyo práctico, a través de información, intercambio con responsables del área de CSR, proyectos y consejo. En ello consiste el valor adicional al colaborar con UPJ.

**Desde hace más de año y medio SanLucar forma parte de UPJ. ¿Cómo ve usted el progreso de SanLucar durante ese tiempo?**

SanLucar vive sus valores empresariales, eso se nota cuando tratas la empresa. También se nota una creciente profesionalización. Eso no es algo tan obvio para una empresa mediana. SanLucar lleva a cabo la CR de manera sistemática, empleando una gran cantidad de recursos, tanto personales como económicos. Los valores se convierten en estrategia.

**Una red de empresas es una plataforma excelente para el intercambio de experiencias y poder indagar acerca de las propias estrategias. Además podemos conocer casos de éxito, fortalecer los propios aspectos y aprender de los conflictos de otras empresas. ¿En qué medida cree usted que puede implicarse SanLucar y ayudar a otras empresas con su experiencia?**

En la red de UPJ colaboran empresas pequeñas, medianas y muy grandes. La opinión más común es que las empresas pequeñas y medianas aprenden de las grandes. Pero esto no se aplica para SanLucar. De maneras muy diversas ha podido aportar su experiencia y su manera de proceder en cuanto a cuestiones de gestión de CR, cómo poner en



práctica la CR o acerca de la cadena de suministro, y así crear ventajas para los demás miembros en su trabajo y el intercambio en la red. SanLucar ha representado además a UPJ como un buen ejemplo de la práctica de CR de manera exitosa ante medios y organizaciones, como hizo por ejemplo en el congreso internacional de CSR organizado por el Ministerio de Trabajo alemán, que tuvo lugar a finales del año 2011 en Berlín.

**Echemos un vistazo al futuro... Se puede decir que el concepto de responsabilidad corporativa surgió en los años noventa, y que desde entonces ha ido evolucionando y ha ganado en importancia. ¿Qué considera usted como fundamental para no retrasarse en esta constante y rápida evolución?**

CSR continuará con un desarrollo muy dinámico, de eso estoy convencido, precisamente por la globalización y sus consecuencias, y sobre todo teniendo en cuenta la crisis financiera y económica actual, que provoca que las empresas estén más vigiladas y presionadas por la sociedad, las ONG y los políticos. Es lógico, por lo tanto, apoyarse en diálogos bien fundados con los stakeholders y en su gestión. Esto sería el mejor requisito para no perderse durante el desarrollo, y poder sacar las conclusiones adecuadas y medidas necesarias para las estrategias de CR.

**Mirando de nuevo hacia el futuro, ¿cuáles serían los retos más importantes para empresas en cuanto a su responsabilidad corporativa, sobre todo en el sector hortofrutícola?**

Se me ocurren tres desafíos: En primer lugar, pienso en la cadena de suministro. Cada vez son más importantes la transparencia y la información proactiva de o para los consumidores acerca de la procedencia de los productos y sus condiciones de cultivo.

**»CADA VEZ SON MÁS IMPORTANTES LA TRANSPARENCIA Y LA INFORMACIÓN PROACTIVA DE O PARA LOS CONSUMIDORES.«**

Piense en el programa de TV »Markencheck« de la primera cadena alemana (Erstes Deutsches Fernsehen) que se emite en prime time. En segundo lugar, que también tiene que ver con la transparencia: ¿qué importancia tiene la huella de carbono de los productos, y cómo puede disminuirse? Y por último, creo que tras la fuerte tendencia ecológica que hay en Alemania, el tema »productos producidos y tratados de manera justa« tiene cada vez mayor peso, algo que ya está ocurriendo desde hace algún tiempo en el Reino Unido y los Países Bajos.

**Hay empresas que introducen una política de CR sólo por motivos de imagen, sin creer realmente en sus valores. Otros aprovechan la responsabilidad social como recurso estratégico. ¿Cree usted que las empresas ya han agotado todos los recursos disponibles, o aún hay potencial?**

Utilizar la CR como estrategia de publicidad, es decir, Green-Washing, ya no es tan frecuente, al menos esa es mi impresión. Hoy en día sería algo muy fácil de delatar y contraproducente, pues la sociedad es mucho más crítica. Todo lo contrario: estamos descubriendo cada vez más empresas que se toman muy en serio el tema de responsabilidad social. Aquellas

empresas que se han puesto en marcha, aún tienen un largo camino que recorrer hasta alcanzar un potencial de CR que aporte algo al éxito de la empresa, o incluso poder incluir CR en el modelo empresarial.

**Hablemos de condiciones políticas. ¿Piensa que las empresas reciben el suficiente apoyo por parte del gobierno al introducir actividades de Responsabilidad Social? ¿Qué opina de las nuevas estrategias europeas de CSR?**

Creo que el gobierno y las administraciones públicas ofrecen posibilidades. Sobre todo empresas pequeñas y medianas necesitan apoyo, ya que en ocasiones les falta tiempo y los recursos para emprender CR de manera sistemática e incluirla en los procedimientos de la empresa. La Comisión Europea ha reconocido esta necesidad a tiempo y ha implantado programas. La mayoría de países miembros le siguen. Cabe mencionar en este contexto el programa CSR del gobierno alemán, que fomenta la CSR en las PYMES. UPJ colabora en este programa con un proyecto muy importante. Estoy muy contento con el enfoque que le ha dado la Comisión Europea a los informes de CSR, porque consideran la CSR como tarea constitutiva, en la que la responsabilidad, sostenibilidad y solidaridad tienen la misma importancia que la competitividad de empresas y el Espacio Económico Europeo. Precisamente en Alemania, términos como »Shared Value« (valor compartido) o »Social Innovation« (innovación social) por desgracia se pierden, debido a la discusión sobre la anunciada obligatoriedad de publicación de Memorias de CR para determinadas empresas. Según mi criterio, esto será un verdadero desafío para la mayoría de empresas a las que les afecta.

**Ya conoce muy bien nuestras diferentes actividades de CR. ¿Qué proyecto le parece más interesante y que encaje mejor con nuestras demás actividades empresariales?**

En primer lugar, me gustaría mencionar que muchas actividades que tienen éxito en SanLucar, y se llevan a cabo considerándolas como obvias, por ejemplo, el riego por goteo, para muchas otras empresas serían los »proyectos estrella« y para nada obvios. Además, me parece admirable como os esforzáis en las zonas de cultivo para sacar adelante innovaciones para la comunidad local.

Un ejemplo sería el fomento de la igualdad de oportunidades en Túnez, a través de diferentes medidas de cualificación en el sector del cultivo, especialmente en el del tomate. Este compromiso no solo ayuda a SanLucar a encontrar personal

cualificado, sino también a los empleados a desarrollarse y evolucionar a nivel laboral. Pero SanLucar no se preocupa sólo por sus empleados, sino también por sus familias, ofreciendo becas escolares, por ejemplo.

**»SANLUCAR NO SE PREOCUPA SÓLO POR SUS EMPLEADOS, SINO TAMBIÉN POR SUS FAMILIAS.«**

**El cultivo de frutas y verduras tiene sus particularidades, y siempre hay que estar preparados por si surge alguna crisis. ¿Cuáles serían los tres puntos más importantes que se le ocurren sobre este tema?**

En lo primero en lo que pienso es en el cumplimiento de los derechos humanos, y la pregunta de cómo una empresa puede llevar a cabo su producción de manera responsable en países donde la situación política es inestable. Otro punto sería, sobre todo en el sector alimentario, la seguridad alimentaria. Ninguna empresa puede descartar al 100% que nunca haya ocurrido algo. Esto lo demuestra lo que está ocurriendo ahora en Alemania, donde se halló dioxina en huevos de producción ecológica. Aún cuando una empresa intenta hacer todo lo posible para minimizar este tipo de riesgos, debería estar preparada frente a cualquier imprevisto, precisamente porque la actitud de consumidores y medios es cada vez más crítica. Por último, me gustaría destacar la provisión de las personas con alimentos. Especialmente las empresas en el sector alimentario deben desarrollar proyectos empresariales para personas que se encuentran en »la base de la pirámide«. Será necesario un intercambio intensivo con organizaciones para el desarrollo, con la sociedad de los países afectados, pero también con otras empresas, para desarrollar enfoques que sean de provecho para ambas partes: las personas y la empresa.

**SanLucar publica cada año una memoria CR. ¿Por qué considera importante la realización de un informe sobre sostenibilidad?**

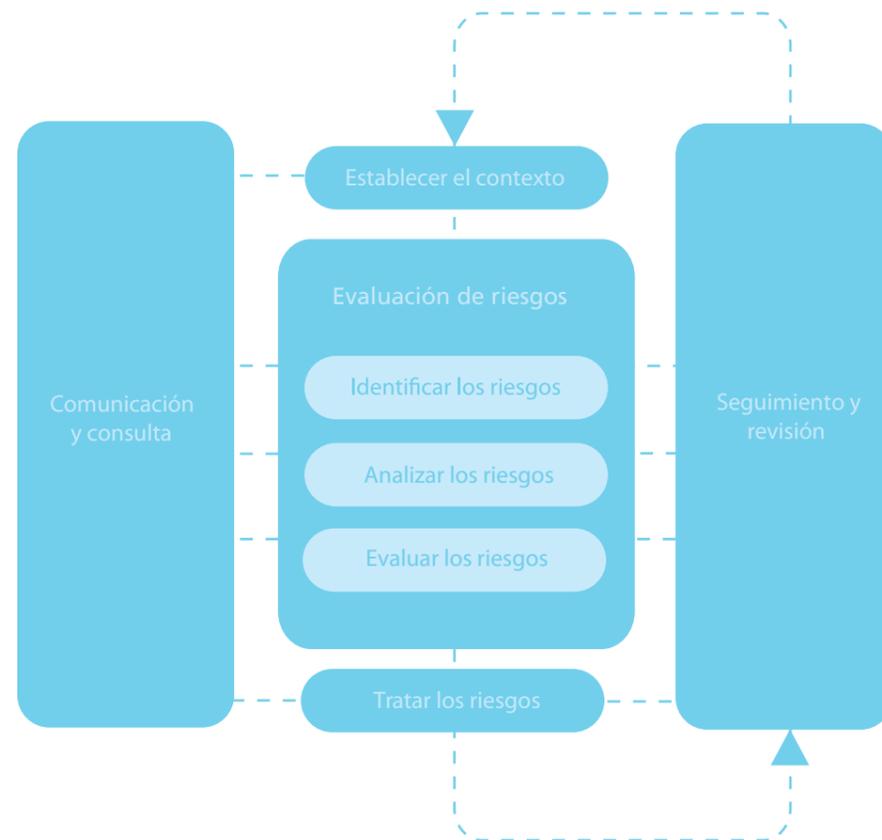
Un informe CR es importante y ya casi indispensable para muchas empresas, pues proporciona transparencia frente a stakeholders externos.

Aparte de un informe impreso anual, otros muchos canales de comunicación en internet son cada vez más importantes, como Blogs y redes sociales, ya que, por un lado, ofrecen información actual y, por otro, posibilitan el diálogo, algo que un informe por motivos de formato no puede facilitar. SanLucar recorre este camino de manera ofensiva y con gran éxito. Además, en mi opinión, el efecto que tiene hacia dentro es igual de importante. Durante la realización de un informe se lleva a cabo un recordatorio de todo aquello que ya ha ocurrido en cuanto a responsabilidad y sostenibilidad. Este sería el primer paso esencial para establecer prioridades y poder desarrollar una estrategia adecuada. Y además, se incluyen los empleados, ya que la información necesaria para la memoria la proporcionan ellos. La participación y colaboración de empleados es, según mi punto de vista, lo más importante para que una estrategia CR – y, por tanto, su puesta en marcha en una empresa – tenga éxito.



## 2.5 La gestión del riesgo

Reflexionar sobre nuestro modelo de negocio y nuestra forma de crecer, comercializar y producir es y ha sido siempre esencial para nosotros. En 2011, hemos dado un paso más y hemos desarrollado nuestro sistema de gestión del riesgo, basado en los estándares de calidad (ISO 9001, IFS, QS) y en las normas internacionalmente reconocidas sobre gestión del riesgo y crisis (ISO 31000).



Proceso de gestión del riesgo.

Ahora, SanLucar cuenta con un mapa detallado de riesgos de la organización, un libro sobre actuaciones preventivas, un plan de reacción y un comité de crisis 24 horas, así como, mecanismos de seguimiento y canales de comunicación específicos para el sistema.

Durante la siguiente campaña 2012-2013 estos riesgos se valorarán económicamente y en términos de impacto y el sistema se implantará en su totalidad.

No obstante, cada riesgo detectado es también una oportunidad, y esta reflexión que han realizado nuestros expertos nos permitirá optimizar nuestra manera de trabajar, prevenir situaciones de crisis y evitar efectos negativos.



Nuestros técnicos en Túnez

## 3. Creciendo juntos



- ¿Qué es el Balance Socio-cultural?
- Formación y desarrollo
- Nuestras políticas de igualdad y diversidad
- Seguridad vial y movilidad sostenible
- La comunicación interna y la encuesta de clima laboral
- Nuestro sistema de gestión SA8000

Nuestros compañeros nos importan y cuidamos de todos ellos porque sin su ayuda nuestra actividad no sería posible. Todos compartimos los mismos valores y mostramos cada día nuestro compromiso con SanLucar, pero también con la comunidad, con la sociedad y con el medio ambiente, así, los SanLucanos:

- Entienden que forman parte de un equipo de trabajo y también de un equipo mayor: SanLucar.
- Han invertido más de 2.000 horas en actividades de voluntariado.
- Participan en multitud de campañas solidarias, como la realizada en Navidad («Regalos para Todos»).
- Colaboran para hacer posibles proyectos que impulsamos en SanLucar, como el Green Office.
- Son los ojos de SanLucar a través de la red de embajadores de CR en el mundo.

Casi 150 personas acudimos cada día a Puzol, donde se encuentra nuestra sede, a unos 20 km de Valencia y rodeada de huertos de cítricos. Aquí, entre un ambiente multicultural y dinámico, ideamos las nuevas variedades y confecciones con las que sorprenderemos a nuestros consumidores, planificamos las campañas, gestionamos la logística y trabajamos nuestros estándares de calidad. Pero esto es sólo una pequeña parte de SanLucar. A esta familia hay que sumarle otros 1.150 trabajadores que están distribuidos en las delegaciones que la empresa tiene en Alemania, Austria, Francia, Portugal, Túnez, Sudáfrica, Chile, Ecuador y Costa Rica. En total somos más de 1.300 trabajadores con un objetivo común: ofrecer las frutas y verduras más frescas y con el mejor sabor, en armonía con el ser humano y la naturaleza.

### 3.1 ¿Qué es el Balance Socio-cultural?

En SanLucar valoramos la importancia que tienen el trabajo y la actitud de cada uno, y cómo afectan a la vida y resultados de cada miembro del equipo y de nuestra empresa en conjunto. Por ello, fomentamos la iniciativa y el compromiso, invertimos en el desarrollo profesional, proporcionamos un entorno laboral seguro y saludable, aseguramos la igualdad de oportunidades para todos y reflejamos la diversidad de las sociedades en las que operamos.

Tenemos una ambición: que todos podamos acceder a las mismas oportunidades, sin importar género, raza, credo, origen o condición. La diversidad cultural y profesional y el desarrollo del talento se fomentan con programas de intercambio y desarrollo, como lo es nuestro programa de voluntariado corporativo.

### 3.2 Formación y desarrollo

En SanLucar desarrollamos las capacidades de nuestra gente para crear altos niveles de motivación y rendimiento y para permitirles alcanzar todo su potencial. Nuestra política es disponer de un personal bien formado y con altos conocimientos, habilidades y competencias, que pueda ejercer correctamente su función y estar preparado para afrontar nuevas responsabilidades y retos.

La transmisión interna del know-how es indiscutible para SanLucar. Por ello, realizamos multitud de cursos internos entre empleados, ya que muchos de ellos disponen de unos conocimientos amplios y profundos en materias específicas.

De este modo, se potencian también las habilidades de comunicación.

Durante la campaña 2011/2012 se han desarrollado más de 20 acciones formativas en diferentes áreas, como sobre la SA8000, HACCP, especificaciones de productos, programas informáticos, procesos de confección de frutas o workshops en marketing.



Programa de prácticas SanLucar

También en 2011 comenzamos con nuestras «jornadas de producto». Cada comienzo de campaña, nuestros equipos de Calidad, Packaging, Marca, Comercial e I+D Berries, etc. nos presentaron sus proyectos más interesantes e innovadores, y se pusieron a disposición de todos para dudas y aclaraciones. En estas jornadas, los SanLucanos pudieron ver todas las confecciones y hacer degustaciones de producto. Las jornadas celebradas hasta ahora han sido: Día de Cítricos en noviembre, Días de Berries en enero y mayo, y Día de la Fruta de hueso, Cereza y Uva en junio de 2012.

SanLucar apuesta también por el talento joven y ofrece completos **programas de prácticas** de una duración de cuatro a seis meses para estudiantes, aprendices y profesionales jóvenes. Hoy en día recibimos a lo largo de un año hasta 28 estudiantes en prácticas, principalmente de países germano-parlantes, pero también procedentes de otros países europeos o de otros Continentes. Entre las universidades y los centros de coordinación de programas de movilidad, como Leonardo-da-Vinci o Erasmus, hemos alcanzado un gran prestigio. No en vano, hemos sido subvencionados en tres ocasiones por el programa europeo EURODISEA.

Nuestras prácticas incluyen un programa de formación continua muy valorado en el que se cuentan cursos de español o la posibilidad de colaborar en multitud de proyectos, proponer ideas nuevas y ser proactivos. Los altos estándares de la formación que SanLucar ofrece se demuestran con la incorporación de muchos de nuestros ex-becarios en plantilla; hoy en día son empleados y siguen desarrollando su carrera en SanLucar.

De hecho, uno de los objetivos clave de RRHH es el Desarrollo de programas de captación y selección atractivos para las mejores candidaturas. En esta línea, el departamento estudia todas las vías que existen para desarrollar planes de acogida y seguimiento de las nuevas incorporaciones en SanLucar, donde estemos seguros de que facilitamos todo nuestro conocimiento y know-how durante las primeras semanas de trabajo de

la persona y de que lo hacemos de la mejor manera posible, a través de los canales adecuados.

**El Programa OnBoarding** surge con el objetivo final de asegurarnos el éxito en su acogida, entrenamiento y posterior consolidación del puesto.

Paralelamente, en marzo de 2012 lanzamos nuestra plataforma de formación online **SanLucar Academy**. Esta plataforma nos ayuda a gestionar nuestros programas de formación, dirigidos tanto a empleados, como a productores o clientes. Nuestro primer curso está dedicado a la seguridad vial y la conducción eficiente. Ya son más de 20 personas las que han podido realizar esta formación y evaluar sus conocimientos.

cación interna orientada al bilingüismo (español y alemán) o con la impartición de cursos de idiomas. Durante la campaña 2011/2012 se impartieron más de 3.500 horas de formación de idiomas.



### 3.3 Nuestras políticas de igualdad y diversidad

En SanLucar consideramos que la Igualdad de oportunidades no sólo es un deber legal, sino una responsabilidad social y una ventaja competitiva. Asumimos el principio de igualdad de oportunidades en todos y cada uno de los ámbitos en los que desarrollamos las actividades empresariales, desde la selección a la promoción, pasando por la política salarial, la formación, las condiciones de trabajo y empleo, la salud laboral, la ordenación del tiempo del trabajo y la conciliación.

Por otro lado, en una encuesta realizada en febrero 2011 sobre la igualdad y diversidad, el 98% de la plantilla afirmó que la diversidad es un hecho positivo para ellos. Actualmente, en SanLucar contamos con una representación de **19 nacionalidades diferentes**, y en 2011 comenzamos a aprovechar esta riqueza con la publicación de un artículo mensual sobre diversidad cultural. Cada mes, un compañero nos explica algo que es importante para su cultura y nos aporta su visión del mundo. Así, podemos aprender a valorar las diversas culturas y compartir la riqueza cultural de SanLucar.

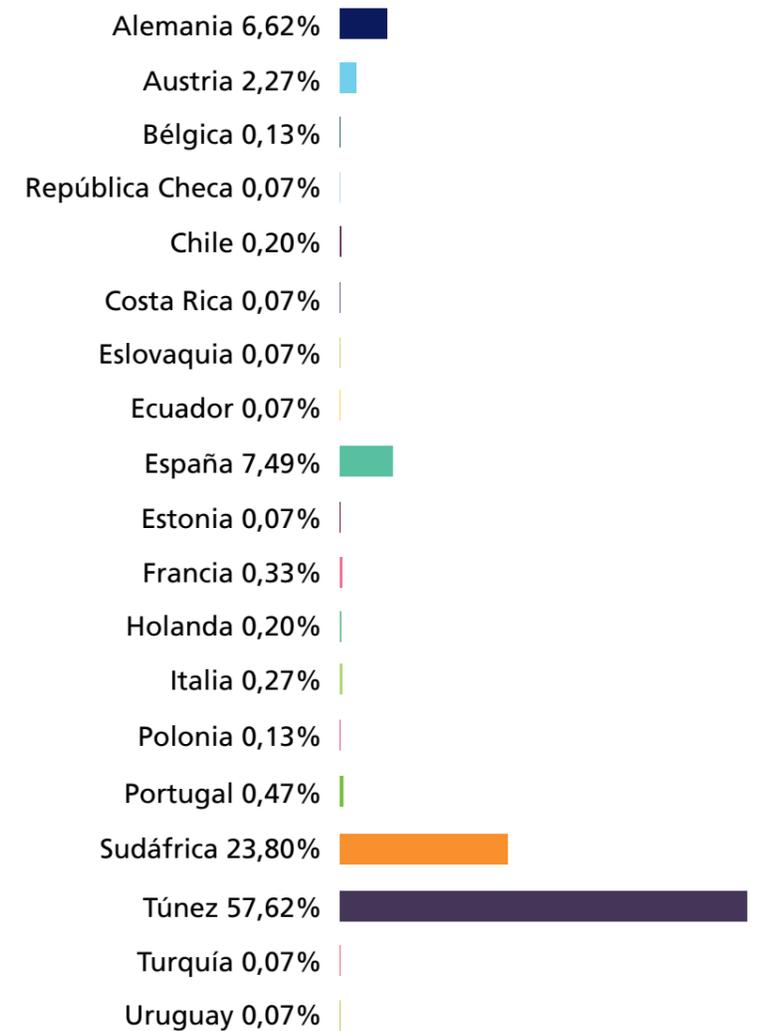
Estamos convencidos de que una mayor armonización entre las necesidades de la empresa y nuestros empleados fomentan la innovación, el desarrollo y la participación. Por ello, en 2010 iniciamos nuestro Plan de igualdad y diversidad SanLucar y firmamos el Charter de Diversidad, con el que nos comprometemos a gestionar adecuadamente la enorme riqueza cultural con la que tenemos la suerte de contar. Fomentamos también esta diversidad a través de una comuni-

Los objetivos de nuestro plan de igualdad y diversidad son:

- Una empresa comprometida con la igualdad de oportunidades para todos.
- Cultura: marcar la actitud de toda la comunidad SanLucar de manera positiva, y no permitir ningún tipo de discriminación.
- Igualdad de oportunidades respecto a formación, sueldos y posibilidades de promoción.

Asimismo, los pilares del plan son:

- Nuestro sistema de gestión SA8000.
- Nuestro código ético en 6 idiomas en 30 países del mundo.
- Formación de todo el personal en igualdad y diversidad.
- La política integrada de SanLucar, que incluye aspectos como la igualdad de oportunidades en la incorporación y selección de personal, en la contratación, en los ascensos, en el sueldo, en el acceso a formación y en el desarrollo.
- Desarrollo de políticas, protocolos y procedimientos específicos, como, por ejemplo, contra el acoso sexual y moral.
- El equipo de igualdad y diversidad y el agente de igualdad (formación específica reglada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad).
- Medidas para flexibilidad horaria y conciliación de vida privada y profesional (por ejemplo, «Home-Office», en casos concretos).
- Apoyo para la promoción de la mujer y su introducción en puestos de alta responsabilidad (Máster IESE para el desarrollo de directivos).
- Medidas para gestionar diversidad intercultural (estudio sobre la multiculturalidad en SanLucar, artículos mensuales en LucaNova, nuestra revista interna...).
- Mismas condiciones laborales y medidas de seguridad laboral, pero adaptadas a casos concretos (por ejemplo, el embarazo).
- Proyectos sociales con grupos en riesgo de exclusión/discriminación (por ejemplo, mujeres en Valencia y Ecuador).



Proporción de empleados por nacionalidad en el Grupo SanLucar

### 3.4 Seguridad vial y movilidad sostenible

La seguridad de nuestros empleados nos importa, también en carretera, por eso, en 2012 hemos iniciado nuestra primera campaña de seguridad vial en nuestra sede central en Puzol. Dentro de esta campaña incluimos también un módulo sobre conducción eficiente, de modo que además de aumentar la seguridad en la carretera, ahorramos carburante y reducimos las emisiones de gases de efecto invernadero.

Además, en septiembre de 2012 pondremos en marcha nuestra nueva plataforma de carpooling, porque compartiendo coche conseguiremos fomentar el compañerismo y proteger nuestro medio ambiente.

### 3.5 La comunicación interna y la encuesta de clima laboral

Para SanLucar es esencial optimizar los procesos organizativos y fomentar un intercambio activo entre todos los niveles jerárquicos y todos los departamentos para, de este modo, aumentar la motivación e implicación, reforzar la evolución de una cultura corporativa impulsora y optimizar la distribución de la información.

Desde el 2010 existe un Plan de Comunicación Interna cuyos objetivos y avances son revisados anualmente. La principal plataforma de comunicación interna de SanLucar es nuestra **Intranet**, complementada por una página web de noticias internas, llamada **LucaNova**, la cual se inauguró en primavera de 2010.

El contenido y los artículos de LucaNova están redactados por los propios compañeros. Este medio sirve para dar información continua sobre los proyectos, cambios o logros que se dan de mes en mes. Además, al final de cada artículo se da la posibilidad de dejar un comentario acerca del tema.

Desde su inauguración ya se han redactado unos 200 artículos sobre diversas temáticas. Mensualmente, un comité de redactores realiza un seguimiento de los artículos para evaluar qué te-

mas interesan más a los empleados de SanLucar y se proponen mejoras. Otro medio de comunicación que se ha introducido es un diccionario interno, llamado **Lucapedia**, que depende igualmente de la participación de toda la plantilla.

En Lucapedia se pueden encontrar explicaciones acerca de expresiones, productos, etc. que forman parte del mundo SanLucar. Este medio está especialmente valorado por las nuevas incorporaciones.

Por otro lado, a través de un **buzón de sugerencias** se fomenta el intercambio de opiniones y propuestas de mejora. Este medio posibilita además la comunicación anónima sobre temas más delicados ya que las comunicaciones son recibidas sólo por el representante de los trabajadores para la SA8000.

Por último, la **Encuesta de Clima Laboral** analiza anualmente la satisfacción general del empleado en la empresa, así como las oportunidades de mejora relacionadas con diversas variables. En SanLucar apostamos por gente feliz, motivada y comprometida con la empresa. Nos interesa su opinión y aportación para conseguir que den lo mejor de sí mismos y para optimizar nuestro desempeño cada año.

A partir de las respuestas obtenidas, se elabora el informe de clima laboral y se proponen acciones en las áreas en las que encontramos oportunidades de mejora. También podemos observar una excelente visión de la evolución de las principales variables, ya que la estructura básica de la encuesta se ha mantenido desde 2006.

Durante los últimos años, los dos aspectos mejor puntuados en la encuesta han sido siempre la satisfacción general en la empresa y los compañeros de trabajo, valorándose muy positivamente el ambiente multicultural y la juventud y diversidad de la plantilla.

También han obtenido puntuaciones muy altas aspectos como la formación y el desarrollo, aspectos clave en las políticas de RRHH de SanLucar. El superior jerárquico y la política de personal se mantienen en niveles buenos, ganando puntuación frente a años anteriores la remuneración.

Destacan la flexibilidad en la política de RRHH y la apertura general de la dirección frente a nuevas ideas. Los SanLucanos perciben además una imagen muy positiva de la empresa.



### 3.6 Nuestro sistema de gestión SA8000

La Norma internacional SA8000 certifica un sistema de gestión que garantiza el cumplimiento de unos principios básicos de responsabilidad social. SanLucar se encuentra certificado en base a este Estándar desde 2010, el cual detalla 9 componentes que engloban la protección de los derechos humanos y la mejora de las condiciones laborales, basándose en los principios de las convenciones internacionales de los derechos humanos de la OIT (Organización Internacional del Trabajo).

Trabajo infantil
Trabajo forzoso
Seguridad y salud
Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva
Discriminación
Medidas disciplinarias
Horario de trabajo
Remuneración
Sistema de gestión

Estos componentes están además reflejados en la Política de la Empresa (revisada en 2011) y el Código Ético de SanLucar. Un equipo multidisciplinar trabaja continuamente para la mejora del sistema de gestión integrado de SanLucar y la consecución de los objetivos de responsabilidad social.

La norma se audita cada 6 meses. La última auditoría del sistema tuvo lugar en marzo de 2012, habiéndose superado con éxito.



La fresa Sanlucar bajo el sol de Andalucía.

## 4. Sólo los mejores agricultores



- Los hermanos Llusar nos hablan de su gran pasión
- El secreto de Giuliano
- Cultivando confianza
- El precio de la responsabilidad
- El diálogo con nuestros agricultores
- Nuestros agricultores alemanes complementan nuestra oferta

En SanLucar trabajamos para concebir sistemas sostenibles de producción, nos implicamos en nuestras comunidades y trabajamos conjuntamente con nuestros socios para prevenir y contrarrestar las consecuencias directas e indirectas de nuestras actuaciones sobre las comunidades y sobre el ecosistema: ¡Nuestro cultivo está en armonía con el ser humano y la naturaleza!

De hecho, nuestro socio más importante en la producción de las mejores frutas y verduras es la naturaleza. Nuestra filosofía se basa en su cuidado y protección, porque sólo si preservamos nuestro fruto durante toda su vida hasta entregarlo al consumidor, podemos conseguir el mejor sabor. Esta actitud y su aplicación en el día a día es un requisito indispensable para todos los que trabajan con y para SanLucar, independientemente del país del que proceden. Para la selección de nuestros productores colaboramos con agricultores que llevan su negocio con corazón y con la misma ambición que nosotros.

Para conseguir los mejores socios, el juego limpio (fair play) es nuestro mandamiento más importante. Por ello, en caso de pérdida de cosecha, por ejemplo, compensamos económicamente a nuestros agricultores.

## Los hermanos Llusar nos hablan de su gran pasión

Los hermanos Antonio, Jorge y Javier son los herederos de la saga iniciada por su abuelo en Francia hace casi un siglo. Entre los tres han conseguido situar el apellido Llusar en la posición de prestigio que hoy ocupa en el mundo. Para más información: [www.llusar.com](http://www.llusar.com)

» Desde Llusar hemos insistido siempre en que la calidad no es fruto de la casualidad. Tanto en el campo como en el almacén, no perdemos de vista nunca el objetivo final: un cítrico de excelente calidad interna y externa. Para ello, hemos adaptado la tradición y el conocimiento que nuestros abuelos nos dejaron a los últimos avances tecnológicos que nos ayudan a mejorar

rendimientos y eco-eficiencia. Además, contamos con excelentes profesionales que nos ayudan a seguir mejorando día tras día, y por eso es importante que les cuidemos para que nos sigan aportando lo mejor de sí mismos. La verdad es que hasta hace poco no sabía muy bien lo que significaba la responsabilidad corporativa, pero lo cierto es que es algo que hemos aplicado desde siempre.

Con SanLucar somos uno, ya que realizamos campaña tras campaña un esfuerzo conjunto por conseguir los mejores resultados. Estos resultados incluyen calidad y ahorro de recursos, pero también nos importa lo que ocurre a nuestro alrededor, y por eso hemos iniciado en 2011 nuestra colaboración en el programa de voluntariado corporativo.»

Jorge Llusar, Gerente de Llusar



Javier y Jorge Llusar, gerentes de la empresa Llusar

» Desde niños a la gente del campo se nos inculca el valor de la tierra y se nos enseña a conocer las necesidades de las plantas y a cuidar las cosechas para conseguir obtener la fruta más dorada, dulce y sana. El trabajo en el campo es un trabajo duro, pero cada año cuando llega el momento de recoger nuestras naranjas y clementinas, vemos recompensado todo el esfuerzo, la dedicación y las noches desveladas. Nuestras frutas llevan impreso el espíritu del hombre que las ha visto crecer.

Así como la calidad es un requisito indispensable para Llusar, también lo es la sostenibilidad del cultivo. Por eso, hemos implementado medidas como las mallas anti hierba o sensores de humedad, porque limitar el uso del agua y la energía al estrictamente necesario nos importa.»

Javier Llusar, Gerente de Llusar

## El secreto de Giuliano

Esta familia de agricultores lleva más de 50 años trabajando por una uva de gran calidad, con máximo respeto a las personas y a la naturaleza. Hablamos con Vito Giuliano, Gerente de Giuliano, agricultor experto y apasionado de la buena fruta que nos cuenta qué significa para Giuliano la responsabilidad social y la sostenibilidad y cómo es la relación con SanLucar. También hablamos con algunos responsables de su equipo técnico. Para más información, <http://www.giulianopugliafruit.it>

**Giuliano y SanLucar trabajan juntos desde hace casi 20 años. Según su opinión, ¿cuál es la base de esta relación de confianza?**

**Vito:** Además de una verdadera amistad forjada durante años con Stephan Rötzer y una relación humana de respeto y comprensión mutuos, la base es compartir una visión innovadora sobre el mundo de la fruta.

El proyecto y la mentalidad de SanLucar se fundamentan en bases sólidas, como el conocimiento del sector y la importancia de los valores. SanLucar ha sabido prever una transformación en la forma de entender el mercado de la fruta. Compartimos una misma filosofía del cultivo y del mercado, y dirigimos juntos la mirada al futuro.

**¿Cuál es el secreto de la calidad de la uva de Giuliano?**

**Vito:** No hay más secreto que el trabajo diario, la pasión y el sacrificio, renunciando a veces incluso a la vida privada por conseguir un objetivo de máxima calidad.

En Giuliano sabemos que sólo podemos sacar lo mejor de la planta si la tratamos con máximo respeto, como a un ser humano que igualmente nace, se desarrolla, respira, se reproduce y muere. Hay que hablar con la planta y comprenderla, porque la planta nos habla. Si nos fijamos en su transformación podemos comprenderla y escuchar lo que tiene que decirnos en cada momento. Así, el trabajo del técnico es hablar el idioma de la planta y escucharla.

El nacimiento del fruto es un milagro. La planta brota, florece y nos brinda el fruto, que es el niño. Cuando se ha desarrollado el racimo, hay que tratarlo como a un hijo: amarlo y cuidarlo hasta que lo entregamos al cliente, donde nuestro trabajo termina. Sólo así conseguiremos un buen fruto y el sabor del cariño.

**El eslogan de SanLucar es «Sabor en armonía con el ser humano y la naturaleza». ¿Cómo hace Giuliano para llevar a la práctica esta filosofía?**



**Vito:** Para Giuliano es una verdadera obsesión la tutela del medioambiente. Trabajamos con la naturaleza y nuestra obsesión es el cuidado de la tierra y también de la persona que la trabaja. Es fundamental el respeto del que trabaja en el campo, que es igual que tú y que yo. Para Giuliano, se trata de colaboradores y no de operarios u obreros.

**»(...) PESE A LA CRISIS SE HAN AUMENTADO LOS SALARIOS ESTE AÑO«**

Algunos trabajan aquí desde hace 20 ó 30 años e incluso han trabajado a lo largo de varias generaciones. Les hemos visto formar una familia, hemos reído con ellos y también les hemos apoyado ante dificultades. Así, es nuestra res-

ponsabilidad esforzarnos en comprender sus necesidades y apoyarles en lo posible.

Por eso, pese a la crisis, se han aumentado los salarios este año, porque sabemos que es un momento difícil y porque necesitamos que estén bien y trabajen felices. Es un intercambio.

**Debido a la relación de amistad basada en años de trabajo conjunto sabemos que para vosotros es muy importante el uso responsable de fitosanitarios y plaguicidas. Por ello, habéis invertido mucho en investigación y desarrollo para ofrecer siempre un producto de máxima calidad. ¿Cree que la tendencia del cultivo es a utilizar métodos biológicos como alternativa a los plaguicidas? ¿Qué alternativas están aplicando los agricultores de Giuliano?**

**Vito:** El futuro es reducir al máximo el uso de plaguicidas. Cada año Giuliano trabaja en ello, y se esfuerza por integrar nuestra agricultura cada vez más en el medio natural.

Por ejemplo, el uso de insectos beneficiosos que nos ayuden a reducir el daño de otros insectos como la avispa es muy importante. El manejo de plagas y enfermedades de las plantas requiere un conocimiento y aprovechamiento del ecosistema natural para la optimización de los inputs y evitar el uso indiscriminado de los fitosanitarios.

Así, está el ejemplo de nuestra finca de Taranto, totalmente rodeada por ecosistemas naturales, lo que permite un menor problema por plagas, porque ya existe una fauna natural que ayuda al equilibrio del ecosistema.

Esto es así con la uva y también con la fruta de hueso.

**Pierpaolo Armagno (Responsable de calidad en producción):** La Giuliano srl está muy implicada en los desarrollos actuales, en particular con la Directiva 2009/128/EC sobre el uso sostenible desarrollado en el PAN (plan de acción nacional para la implantación de la directiva) del Ministerio de agricultura italiano. Nosotros estamos ya en una óptica de agricultura sostenible desde un punto de vista ecológico, social, ético, fitopatológico, etc. y con la IPM (Integrate Pest Management), es decir con la integración de medios biológicos y tradicionales, con total respeto al GREENING previsto de la Unión Europea del 7% de la superficie agrícola, respetando así la flora y fauna autóctona útil.

Nosotros creemos que el camino correcto es aquel que permite una integración de los medios biológicos, físicos y químicos de defensa. En los últimos años hemos colaborado con ensayos de la universidad y con Global2000 donde hemos visto cómo integrar *Bacillus thuringiensis*, *B. subtilis*, *Bauveria bassiana*, azufre, cobre, control por fauna útil. También realizamos un control de las condiciones climáticas

para decidir el momento óptimo para las intervenciones o bien si es posible evitar éstas.

Hay mucho que hacer y seguiremos trabajando en optimizar la integración.

**¿Cómo hace Giuliano para manifestar su compromiso ambiental? ¿Cuáles son los objetivos medioambientales de Giuliano?**

**Vito:** En Giuliano, sentimos la importancia de cuidar el medio ambiente para poder dejar a nuestros hijos un entorno saludable, y hemos entendido también que este cuidado es la base para un buen producto y, por tanto, se trata de una inversión.

No debemos olvidar que Giuliano es pionero en el sector, ya que contamos desde 2003 con un sistema de gestión ambiental basado en el Reglamento Europeo EMAS e ISO 14001.

Cada año invertimos gran cantidad de dinero y esfuerzo en el medio ambiente, por ejemplo, en energías alternativas. Hablamos con hechos: más del 30% de la energía que se consume en el almacén de Giuliano es de fuentes renovables (solar fotovoltaica), y próximamente será un 50%. Además, las estructuras se han construido de forma que queden integradas en el paisaje, evitando el impacto visual.

**» EL CAMINO CORRECTO ES LA INTEGRACIÓN CON MEDIOS BIOLÓGICOS «**

También nos preocupa la generación y el manejo de los residuos. Así, el plástico que utilizamos para las cubiertas no tiene aditivos de polietileno porque es nocivo para la planta y para el medio ambiente, sino que se usan materiales más naturales y reciclables. Aseguramos su reciclado y así cerramos el ciclo del plástico.

También realizamos una segregación de residuos en origen para facilitar su reciclaje.

Por otro lado, estamos pensando en convertir en biomasa el material de poda, disminuyendo de este modo el impacto ambiental sobre el agua y que corra limpia.

Estamos participando en un proyecto piloto con la Università Degli Studi Di Bari para la optimización del riego y el uso de fertilizantes de nuestras parras gracias a la

monitorización en continuo de varios parámetros como la humedad relativa, la temperatura, la pluviometría y la humedad del suelo.

También trabajamos con nuestros colaboradores en la sensibilización y educación ambiental. Ellos son una parte importante de nuestro compromiso y tienen que estar tan convencidos como nosotros de lo importante que es respetar la naturaleza, porque si nuestro medio ambiente no es sano, no podemos producir fruta sana de máxima calidad, que es nuestro principal objetivo.

**Conocen el código ético de SanLucar y en junio de 2012 se certifican en base a la Norma SA8000. ¿Cómo se incorporan los principios sociales y éticos en Giuliano? ¿Cómo se evalúa el cumplimiento de dichos principios?**

**Antonio Balacco** (*Responsable de la certificación SA8000 en Giuliano*): Como ya ha comentado Vito, para Giuliano es esencial que su gente trabaje feliz – es un compromiso de los hermanos Giuliano. El propio Vito se levanta bien temprano en verano para cuidar personalmente de los racimos de uvas en la finca que Giuliano tiene en Taranto, a 80 km de las oficinas de Giuliano. Allí, Vito se encarga de las personas de tú a tú y dialoga con ellas, que es la mejor forma de comprender sus necesidades. Sabemos que este tiempo es especialmente difícil y por eso estamos haciendo un análisis para asegurar la sostenibilidad de los salarios en función de las cargas familiares, con la ayuda de expertos consultores.

## »COMENZAREMOS A IMPLEMENTAR LA SA8000 Y SEGUIREMOS PREOCUPÁNDONOS DE LA VIDA DE NUESTRAS PERSONAS.«

Esto nos permitirá fijar objetivos para la SA8000 en cuanto a remuneración y garantizar un nivel de vida adecuado

## »INVERTIMOS EN LA FORMACIÓN DE TODOS NUESTROS COLABORADORES, TANTO DE NUESTROS EMPLEADOS COMO DE NUESTROS PROVEEDORES.«

para que nuestros colaboradores sigan dando lo mejor de sí mismos cada día.

Otro aspecto fundamental para Giuliano es la seguridad en el lugar de trabajo. Es nuestro mayor empeño. Para ello, invertimos en la formación de todos nuestros colaboradores, tanto de nuestros empleados como de nuestros proveedores. Siempre les decimos que es mejor hacer las cosas con calma, mimo y seguridad. Al principio les teníamos que obligar a ponerse sus equipos de protección, pero hoy son ellos mismos los que nos los piden porque ya han comprendido la necesidad y la importancia, y esto sólo es posible con un trabajo de sensibilización a lo largo de meses, e incluso de años. Se ha cambiado la cultura, y esto es un proceso largo y necesario para obtener la SA8000.

La formación y la sensibilización continua es una potente herramienta para Giuliano. Nuestros encuentros técnicos con los proveedores permiten un necesario intercambio de experiencias y una mejor comprensión de los avances en el sector.

Para evaluar el sistema mediremos el número de incidentes y mediremos la satisfacción del empleado con el buzón de sugerencias. Así, veremos si estamos trabajando bien o mal. Aunque en realidad el principal indicativo del éxito del sistema será que la gente quiera volver a trabajar con nosotros cada campaña.

**Y mirando al futuro, ¿cuáles son los principales proyectos que hay planeados por Giuliano para la temporada 2012-2013?**

**Vito:** Cumpliremos nuestra agenda para asegurar la sostenibilidad de nuestro cultivo y la calidad del trabajo y de la

vida de las personas que nos ayudan a cultivar.

En el medio ambiente, queremos observar cómo funcionan los proyectos que estamos desarrollando en esta campaña, como por ejemplo, el proyecto para la optimización del riego y la minimización del uso de fertilizantes en la uva. En lo social, comenzaremos a implementar la SA8000 y seguiremos preocupándonos por la vida de nuestras personas, para que puedan trabajar con una sonrisa y no con tristeza, porque estamos convencidos de que esto puede transmitirse también a la fruta. Un pequeño gesto puede ser verdaderamente importante.

En cuanto a nuestra comunidad, apostamos por la seguridad y, por ello, seguiremos invirtiendo en Protezione Civile A Cavallo.

Y es que, *se non dai, non hai* (Si no das, no recibes).



## 4.1 Cultivando confianza

SanLucar confía en sus agricultores. No sólo pensamos que son los mejores, estamos seguros de ello. Pero esto no es pura confianza ciega, nos basamos en una serie de herramientas y procesos que nos devuelven día a día un Feedback de nuestra calidad :

- Certificación en base a estándares internacionalmente reconocidos como ISO 9001, IFS, QS, SA 8000. SanLucar ha implantado desde 2008 un sistema de gestión integrado que garantiza la máxima calidad del proceso y del producto SanLucar, tal y como exigen las más restrictivas normas y especificaciones técnicas. Este sistema se evalúa y audita por tercera parte semestralmente.
- Certificación según Global G.A.P. en nuestras zonas de cultivo.
- Todos los agricultores de SanLucar se someten a una auditoría para evaluar lo siguiente:
  - Grado de confianza referente al cumplimiento de los estándares de seguridad alimentaria.
  - Sistema de gestión de calidad e instalaciones.
  - Grado de cumplimiento de aspectos sociales y éticos, así como del compromiso ambiental de SanLucar.

Con esta información, el equipo de Calidad elaborará un perfil del productor en 3 dimensiones (Estándares de Calidad, Comportamiento Ético y Sostenibilidad Ambiental) con el que podrá determinar su grado de excelencia y su compromiso con SanLucar, así como, su capacidad para cumplir con nuestros altos estándares.

- Diferentes ONG e instituciones independientes examinan regularmente la fruta y verdura en los puntos de venta.
- Algunas organizaciones no gubernamentales como, por ejemplo, Greenpeace, realizan periódicamente estudios acerca de la cantidad y concentración de residuos en las frutas y verduras. SanLucar se enorgullece de haber ocupado en estos rankings frecuentemente las primeras posiciones (mínima cantidad y concentración de residuos), habiendo sido el número uno en varias ocasiones.
- Organismos independientes como la revista de los consumidores Öko-test han analizado alguno de los productos de SanLucar respecto al contenido en residuos fitosanitarios, como, por ejemplo, nuestras fresas en 2010 o nuestro tomate de Túnez en 2012, otorgándoles en ambos casos la máxima puntuación en su categoría y evaluando estos dos productos con calificación ¡excelente! Esto nos confirma que hacemos bien nuestro trabajo. Para conseguirlo, nuestras variedades se adaptan al clima de nuestras zonas de producción. Esto nos permite producir un producto de buen sabor y de alta calidad aprovechando las condiciones naturales que favorezcan la reducción de tratamientos fitosanitarios.
- Sin duda, los más estrictos son nuestros clientes, cuya confianza debemos reforzar día a día mediante la más alta calidad.

Para verificar que la calidad especificada se mantiene en todo el proceso, nuestros técnicos de calidad realizan controles diarios en todos los puntos donde la calidad puede ser influida, verificándose en todo momento que se cumplen los más estrictos estándares que exigimos, para ofrecer al cliente sólo lo mejor.

Asimismo, para un mejor seguimiento de nuestros agricultores y proveedores de packaging y de logística/transporte, se realizan anualmente revisiones de sus sistemas y procesos, de modo que, una vez detectados los puntos débiles, se toman las medidas preventivas o correctivas oportunas para la mejora continua de los procesos en base a los estándares y requisitos que SanLucar establece.

Este concepto de mejora continua de nuestra producción es básico. Por ello, SanLucar especifica anualmente algunos planes de mejora siendo nuestro objetivo la excelencia.

## 4.2 El precio de la responsabilidad



En nuestros principales mercados de venta debemos enfrentarnos a una agresiva política de precios que hace que los comerciantes esperen en ocasiones concesiones, lo cual roza los límites de lo posible. Unido a esto existe un aumento evidente en los últimos años de los requisitos de calidad en fruta y verdura, con una influencia directa en la estructura de gastos de su cultivo.

En SanLucar estamos convencidos de que una relación sostenible con nuestros agricultores pasa por ofrecerles la base económica necesaria que posibilite el cultivo sostenible de la mejor fruta y verdura, ya que obligar a los agricultores a trabajar al límite de sus posibilidades económicas dará como resultado una vulneración de las leyes comerciales, tanto desde un punto de vista de calidad como ético.

Una **política de precios justa** significa para SanLucar, aparte de una valoración adecuada del producto y de los servicios contratados, establecer una relación sólida entre las dos partes y un compromiso basado en unos objetivos comunes. Esto hace que la relación de colaboración sea justa y que los esfuerzos se vean recompensados. SanLucar establece un vínculo que permite el rechazo de cualquier situación de desequilibrio, lo que significa:

- Una escucha activa de las necesidades de nuestros partners.
- Una política de precios y unas condiciones justas y transparentes.
- La garantía de un trato «de igual a igual».
- Un dialogo abierto sobre remuneración de productos y/o servicios.
- Un estudio profundo de los costes de producción para fijar un precio mínimo.
- La posibilidad de pactar acuerdos por campaña, de renovarlos y discutirlos según la situación.
- Unos métodos de pago y plazos adecuados a cada partner.
- Una defensa de los precios, en ocasiones por encima de los valores de mercado, teniendo en cuenta la labor realizada por los partners.

Y en general, en ningún caso debemos hacer concesiones económicas que mermen nuestra calidad o lastren nuestra conciencia social y ambiental. Esto es de aplicación en todos los ámbitos y puntos del proceso, desde la selección de las semillas, pasando por la gestión del cultivo hasta el empleo de trabajadores cualificados.

Por otro lado, también nos ocupamos de hacer llegar al consumidor final toda la información sobre qué es lo que hace que una fruta sea especialmente buena y sana para que pueda valorarla y esté dispuesto a pagar un precio justo por ella, ya que habrá comprendido que algo especialmente bueno y cuidado también tiene su precio.

### 4.3 El diálogo con nuestros agricultores

SanLucar cuenta con un equipo técnico propio de 21 profesionales repartidos en 10 países de forma continuada y en más de 30 países puntualmente en los momentos de campaña. Asimismo, disponemos de acuerdos con técnicos o empresas de servicio técnico en determinados países, de manera que podamos abarcar todos y cada uno de los orígenes SanLucar y garantizar la calidad SanLucar.

El principal trabajo que desarrollamos con nuestros productores es:

- Controles de calidad en origen.
- Asesoramiento técnico y proyectos de I+D+i en colaboración con nuestros agricultores (por ej. nuevas técnicas de cultivo, reducción de plaguicidas, protección del medioambiente, nuevas variedades).
- Controles de calidad en destino. Nos ayudan a obtener información de la llegada de nuestro producto al cliente y que a su vez podamos dar un Feedback a nuestros productores.

Además, disponemos de un Portal WEB en el que nuestros clientes y proveedores pueden consultar los pedidos, albaranes, facturas, especificaciones, certificados de calidad y CR, así como las homologaciones éticas que realizamos en el marco de la SA8000.

## Charlamos con Pepe Saorín, Técnico de Calidad de SanLucar

José Saorín trabaja hace 30 años como Técnico de Calidad y Producción, y desde hace dos años en SanLucar.

### Cuéntanos cuál es el trabajo diario de un técnico de Calidad de SanLucar ¿Qué es lo que más te gusta de tu trabajo?

El trabajo diario del técnico es la supervisión de las cargas en los distintos proveedores de las zonas que tenemos asignadas cuidando mucho la selección en las centrales de confección de los productos destinados a SanLucar.

Esto viene después de un trabajo previo que se realiza en campo seleccionando las parcelas que cumplen con los requisitos que fija el departamento de Calidad de SanLucar. Además, el técnico colabora para la transferencia de tecnología. Ofrecemos el conocimiento obtenido y nuestro apoyo para la puesta en práctica de nuevos sistemas de cultivo para la optimización del uso de los recursos y para obtener un producto de alta calidad.

Lo que más me gusta de mi trabajo es el continuo contacto con la gente: con el agricultor, los responsables de las centrales y el personal de empaquetado. El técnico de calidad es el nexo de unión entre el productor, el comercial y el cliente y es los ojos de todos los departamentos de SanLucar implicados en la producción y comercialización. Esto es una responsabilidad, pero también muy gratificante, como lo es también ver que el agricultor está satisfecho con nosotros y que se cumplen los objetivos marcados con cada uno de ellos, así como, plantear nuevos proyectos de diseño o manejo de cultivo. Cada campaña es un nuevo paso hacia la excelencia mediante el trabajo conjunto y eso nos llena de satisfacción.

### ¿Cuáles dirías que son las principales dificultades que puede encontrar un técnico de Calidad a la hora de desempeñar su trabajo?

No existe tal dificultad, porque la selección previa de los agricultores hace que el día a día sea muy fácil ya que estos comprenden perfectamente y valoran la filosofía SanLucar.

### Tu zona es principalmente el sureste español, ¿qué dirías que caracteriza esta zona?

Lo más característico de la zona es la versatilidad para la obtención de cualquier producto hortofrutícola, teniendo



campañas suficientemente amplias, ya que el clima de la zona favorece estos tipos de cultivo, con más de 240 días de sol al año.

### Cada cierto tiempo escuchamos o leemos noticias sobre las condiciones laborales en algunos campos españoles. Según tu experiencia, ¿existen razones para alarmarse? ¿Cómo asegura SanLucar que nuestros agricultores cuidan a sus trabajadores y no se producen vulneraciones de derechos?

Uno de los criterios que se tiene en cuenta a la hora de seleccionar un agricultor es cómo están en cuanto a los aspectos éticos y laborales de la empresa, trabajando sólo con aquellos productores que cumplen la legislación sin excusas. Asimismo, constatamos el cumplimiento de la legislación y de nuestros requisitos en materia de derechos humanos y condiciones laborales (SA8000, Código Ético) a través de nuestras homologaciones éticas. Así podemos revisar que efectivamente están cumpliendo, incluso más allá de la legislación: deben cumplir con el estándar SanLucar.

**Y en cuanto al medio ambiente, ¿cuál dirías que ha sido la evolución en los últimos 10-15 años? ¿Podemos ver algunas innovaciones, por ejemplo, para la reducción del consumo de agua, uno de los temas que más preocupan en la región y al cliente?**

Ha habido una clarísima evolución, motivada en gran parte por el marco normativo y también por la sensibilización ambiental progresiva del agricultor.

El 100% de la superficie que produce marca SanLucar en esta zona cuenta con sistemas de riego localizado, el cual optimiza el agua de riego frente a otros sistemas.

Todas las fincas tienen un sistema de medición de la humedad en el suelo para la optimización del riego.

**»HA SIDO UNA AÑO ATÍPICO POR LOS CAMBIOS BRUSCOS DE TEMPERATURAS(...).«**

Por otro lado, el sureste español es una de las zonas consideradas vulnerables respecto a la aportación de nitrato, estando los agricultores muy concienciados y cumpliendo la estricta legislación en cuanto a la reducción de nitratos en los cultivos.

Además, las fuentes de agua están todas legalizadas y son sostenibles, procediendo el agua en un 60% del Traspase Tajo-Segura, un 20% de agua de pozo, cuyos caudales autoriza la Confederación Hidrográfica y el 20% restante aproximadamente de desaladora.

**Lo mejor y lo peor de esta campaña 2011/2012. ¿Cómo resumirías en pocas palabras este año?**

Ha sido un año atípico por los cambios bruscos de temperatura que hemos tenido, con heladas intensas que han afectado sobre todo a los cultivos hortícolas, teniendo que realizar un esfuerzo extra para mantener estándar de calidad SanLucar tanto en campo como en almacén.

**El trabajo de un técnico de calidad es humano, seguro que hay muchas anécdotas divertidas... ¿podrías contar alguna?**

Alguna vez me han apagado la luz de la cámara (cerrada) mientras realizaba un control, sin darse cuenta de que seguía allí dentro. Fueron sólo 30 segundos, pero te aseguro que se hacen eternos...

Esto hace ver la sensibilidad de los empleados respecto al ahorro de energía, pero no hace la experiencia más agradable. Eso sí, ¡¡¡luego nos reímos!!!



## 4.4 Nuestros agricultores alemanes complementan nuestra oferta

Desde hace ya algunos años apostamos por productos alemanes para así completar nuestra gama de productos disponibles durante todo el año. Con este objetivo, hemos creado una empresa dentro del grupo SanLucar. El equipo de SanLucar Deutschland consta actualmente de tres personas que se encargan de planificar la producción, controlar la calidad, así como de la compra y venta. En los productos alemanes también se aplican los estándares de calidad y sostenibilidad de SanLucar. Cultivamos nuestros productos en aquellas zonas donde las condiciones climáticas son óptimas, con los mínimos recursos, para ofrecer frutas y verduras lo más frescas y sanas posibles. Con un cultivo eficiente, y rutas de transporte cortas, ahorramos en CO<sub>2</sub>. El cultivo de berries, cerezas, tomates y manzanas en diferentes zonas de Alemania son, por el momento, el foco de nuestros esfuerzos. Así aprovechamos el clima natural para el crecimiento y la maduración de las frutas.

Buscamos buenos agricultores, dispuestos a crear nuevos proyectos con SanLucar. Apostamos por una colaboración a largo plazo en la que SanLucar aporta parte de la inversión. Un crecimiento conjunto, el desarrollo de proyectos y llevar a cabo ensayos con variedades, son los aspectos más importantes en

nuestras colaboraciones. Probando nuevas variedades en campos alemanes aportamos nuestro conocimiento internacional a la agricultura alemana y desarrollamos competencias. No sólo asegurar precios justos y estables, sino también fortalecer la competitividad de nuestros productores son aspectos que forman parte de la filosofía de SanLucar. Como en compañía todo es mejor, fomentamos el intercambio activo del conocimiento entre nuestros agricultores y organizamos visitas a las instalaciones. Gracias a las visitas de clientes a los campos y almacenes, conseguimos máxima transparencia en la producción y, al mismo tiempo, fomentamos la confianza entre todos.



Nuestro agricultor alemán, Karl-Heinz Enzenmüller



Oswaldo Ramírez, productor de banana en Ecuador, con su hijo Víctor

## 5. El compromiso con nuestra comunidad



- ¡SanLucar se involucra!
- Nuestro programa de voluntariado corporativo
- El desarrollo social en SanLucar Internacional

El compromiso social de SanLucar no lo es sólo con nuestros compañeros y colaboradores, sino también con la sociedad que nos rodea, con nuestras comunidades, es decir, aquellas en las que viven nuestros compañeros y sus familias, nuestros principales productores y/o nuestros clientes y consumidores. Así, podemos hablar de actuaciones solidarias en Valencia, Alemania, Austria, Túnez, Chile, Sudáfrica, Costa Rica o Ecuador. En SanLucar tenemos Vitamina S, de solidaridad, un compuesto con un fuerte efecto estimulante que el SanLucano posee y transmite. El contenido en Vitamina S se ha mantenido esta campaña y nuestros compañeros han dedicado más de un 3% de su tiempo de media a fines sociales (voluntariado corporativo, campañas solidarias y colaboración en los diferentes proyectos de CR).

## 5.1 ¡SanLucar se involucra!

SanLucar ha colaborado esta campaña con multitud de asociaciones, fundaciones y ONG, como por ejemplo, AFIM (Ayuda, Formación e Integración del discapacitado), Fundación DASYC, Caritas España, Fundar, Asindown (Asociación de niños con síndrome de down), el Centro Reto en Rafelbunyol, Global2000, Caritas Austria, Rettet das Kind Österreich, Verein Pferde Stärken, World Vision Patenschaften, Sozialmärkte, Österreichische Sporthilfe, Landeskrankenhaus Thermenregion Mödling, Die Tafeln e.V., The Homestead, FUNDAMYF (Fundación Mujer y Familia Andina), etc. La colaboración con estas organizaciones es en cada caso diferente, ya sea con cuotas, donaciones de fruta y verdura, donaciones monetarias u organización conjunta de actividades, proyectos o campañas solidarias.

También colaboramos con las administraciones públicas para la mejora social en nuestras comunidades, siendo un par de ejemplos:

- Colaboración con la Generalitat Valenciana (Conselleria de Justicia y Bienestar Social) y con nuestro socio Llusar para la inserción laboral de mujeres en riesgo de exclusión social.
- Trabajamos junto con el Gobierno Sudafricano para mejorar las condiciones de alojamiento de nuestros trabajadores. Asimismo, trabajamos en la creación de oportunidades, el desarrollo individual de nuestro personal y apostamos por la promoción interna basada en la igualdad de oportunidades.

## ¡Feliz Navidad para todos!

Esta Navidad SanLucar demostraba su espíritu más solidario. Nuestros compañeros de Puzol y la empresa donaron grandes cantidades de comida y juguetes para las familias desfavorecidas de Valencia a través de la Fundación DASYC. Pero esta vez las campañas solidarias navideñas se multiplicaron en el tiempo y en el espacio.

Todos pusieron su granito de arena: nuestros compañeros, nuestros embajadores de CR en el mundo (Marius en Sudáfrica, Fernando Piza en Costa Rica y Ecuador), e incluso nuestros clientes y partners, ya que las tradicionales tarjetas de felicitación navideña no se imprimieron esta vez, y la cantidad ahorrada también se utilizó para actividades solidarias. En total, conseguimos:



- 150 kilos de alimentos no perecederos, 150 kilos de fruta y verdura SanLucar y más de 60 kilos de juguetes para más de 300 familias desfavorecidas de los barrios valencianos de La Malvarrosa y El Cabanyal en Valencia.
- Ropa y calzado deportivo para 11 niños y chocolate para 40 niños de Cape Town (a través de The Homestead).
- Diseño y fabricación de ropa deportiva para 19 niños con escasos recursos económicos del cantón de Pococí en Costa Rica (Santos de Guapiles - categoría 2001).
- 650 euros en fruta y verdura para el «Tafelladen Ettlingen» en Alemania entre enero y abril.
- 650 euros en fruta y verdura repartidos entre las familias necesitadas de Valencia con Caritas (enero a abril).

## ■ Compromiso de SanLucar con la vida sana y el deporte

Todo aquel que sea activo y esté en buena forma, debe tener una actitud y una nutrición saludable, y de eso sabemos mucho en SanLucar. Por eso, tenemos presencia en muchas actividades deportivas. Entre otras, hemos organizado el tercer Torneo de Golf SanLucar con fines benéficos, en el que recaudamos 81.300 Euros, que fueron donados para causas benéficas, como en años anteriores. Con el dinero se apoyó el centro terapéutico »Pferde Stärken«, que utiliza la terapia equina con personas con necesidades especiales. Asimismo, tres organizaciones de ayuda a la infancia »Rettet das Kind« disfrutaron de entradas para el parque de atracciones Europa-Park, 12 bicicletas, unas vacaciones en la playa y un minibus nuevo.

Además, hemos apoyado un partido de fútbol benéfico en Ebreichsdorf, un torneo de golf organizado por Österreichische Sporthilfe (ayuda al deporte austriaco) y GTM- Trophy, y el maratón de Viena, donando fruta fresca. Ya llevamos varios años apoyando a Österreichische Sporthilfe con nuestra presencia en estos torneos

de golf, quienes apoyan y acompañan a jóvenes promesas en el deporte, así como a deportistas de élite, durante el arduo camino hacia la cima.

Nuestros compañeros tampoco descansan: Manuel (departamento de Controlling) y Nicolás (SanLucar International-Área Comercial) nos representaron en la carrera local Gran Fons de Puçol, y Carlos (Departamento Financiero) y Abel (Departamento de Marca) corrieron en el maratón de Viena en representación de SanLucar.

## ■ Compromiso de SanLucar con el desarrollo de la infancia y la juventud

Continuamos este año también con los cuatro apadrinamientos que tenemos con World Vision, incluyendo donaciones extraordinarias para Navidad, y también regalos de cumpleaños personalizados. Además, hemos estado varios días en jardines de infancia y en el Kinderburgfestival Liechtenstein, un festival infantil que se celebra en el castillo Lichtenstein, y les hemos enseñado ya a los más pequeños que alimentarse con fruta fresca es muy saludable. Tanto mayores como pequeños pudieron refrescarse con fruta de SanLucar, a cambio de una pequeña donación. Todos los ingresos se destinaron a la unidad de pediatría del hospital Landeskrankenhaus Thermenregion en Mödling (Austria).

Además, invitamos a las tres clases ganadoras de la campaña escolar »anti tabaco« organizada por la Österreichischen Sporthilfe a pasar el día en la finca de nuestro agricultor Gößl, en Steiermark. Con el tema »de la flor a la manzana« quedaron entusiasmados.

Comenzamos también con un nuevo proyecto escolar en Ettlingen, donde se encuentra nuestro centro logístico. Junto al colegio de primaria Pestalozzi y el colegio Carl-Orff hemos creado un proyecto que prevé que 1.106 estudiantes tengan una vez a la semana fruta fresca de temporada, como bananas, mandarinas, manzanas, albaricoques o cerezas. Las profesoras de Economía doméstica se encargarán de que la fruta se consuma »responsablemente« y que en las clases se enseñe la importancia de la sostenibilidad en el cultivo.

Este proyecto está acorde con la visión de SanLucar, que trata de involucrarse para cubrir las necesidades locales de cada uno de nuestros países de cultivo. Queremos incluir a más socios (escuelas) en este proyecto y así apoyar a la comunidad en Ettlingen.

## ■ Tiendas sociales

Es muy importante para nosotros que toda la sociedad tenga acceso a una alimentación sana. Por eso, donamos frutas y verduras frescas a »Die Tafelläden« en Alemania y Austria, así como a otras entidades caritativas en España. Gracias a estos donativos en especie, las instituciones pueden ofrecer a personas en riesgo de exclusión y bajos ingresos una amplia gama de alimentos a precios simbólicos.

## 5.2 Nuestro programa de voluntariado corporativo

El voluntariado es para SanLucar una herramienta muy potente de compromiso y desarrollo. Nos ayuda a transmitir nuestros valores hacia dentro y hacia fuera, y nos permite participar en la mejora de nuestra comunidad con acciones concretas que nos hacen crecer cada día.

En 2011, Fundar y la Generalitat Valenciana reconocieron nuestra labor como empresa colaboradora en ENGAGE, y nuestro programa de voluntariado corporativo quedaba en tercer lugar en los PREMIOS CODESPA, de reconocido prestigio en España.

Y es que ya son más de 40 personas las que han participado en nuestro programa de voluntariado corporativo desde su lanzamiento en octubre de 2010, ¡y la cifra sigue en aumento!



## ■ Voluntariado por la sociedad valenciana con ENGAGE Valencia

SanLucar forma parte desde 2011 del multi-programa europeo ENGAGE-Cities, que en Valencia está desarrollado por Fundar. Desde que comenzamos, nuestros empleados han invertido más de 2.000 horas en actividades de voluntariado en la Comunidad Valenciana, tanto para la inserción social y laboral de colectivos desfavorecidos como para la protección del medio ambiente. Pero en SanLucar, no nos dejamos llevar por la corriente, sino que nos implicamos de verdad y generamos soluciones concretas a problemas concretos.

Por eso, en 2012 hemos desarrollado un programa de voluntariado social específico en colaboración con nuestro socio Llusar, con Fundar-ENGAGE y la Generalitat Valenciana, con el objetivo claro de crear un valor social positivo en nuestra comunidad utilizando para ello nuestro conocimiento del sector y el compromiso de los SanLucanos.

- Así, hemos diseñado e impartido un curso de **formación para la manipulación, clasificación y selección de cítricos** a 16 mujeres con situaciones familiares especialmente difíciles que viven en los centros 24h de la Generalitat Valenciana. Los cursos han sido impartidos por voluntarios de los departamentos de Calidad de SanLucar y Llusar – Por ejemplo, nuestro compañero Ramón Gargallo tomó un papel muy activo en este proyecto.
- También hemos trabajado con estas mujeres su autoestima y les hemos aportado recursos y herramientas mediante un **taller de técnicas para la búsqueda y conservación del empleo**, con voluntarios de nuestro Dpto. de RRHH.
- Como resultado, las mujeres recibieron un **certificado oficial** que las capacita para trabajar en el sector, y a su vez mejora su autoestima y autoconfianza, facilitando su entrada en el mercado laboral. No olvidemos que la formación y el empleo es la fuente más eficaz de estabilidad y autorrealización.

También hemos organizado un **taller de emprendimiento social** a partir de ideas creativas. Nuestros compañeros voluntarios enseñaron a 15 mujeres de los mismos centros 24 horas de la Generalitat una técnica artesanal a partir de la piel de naranja desecada, con el objetivo final de que consigan ingresos con la artesanía ecológica. Además de este objetivo final, también es importante que el desarrollo de la creatividad aporta autoconfianza, algo que estas mujeres han perdido, casi por completo, en algunos casos.

Este proyecto formará parte en 2013 de varias ideas empresariales en una «incubadora de negocios sociales» y podrá convertirse en una empresa. Mientras, las mujeres que decidan llevarlo adelante recibirán cursos básicos de gestión empresarial, talleres de idiomas, etc.

El desarrollo de los colectivos en riesgo de exclusión nos importa, como también nos importa el medio ambiente. Por eso, el 2 de junio 2012 pasamos una divertida y productiva **mañana por el medio ambiente**. En ella, pudimos aprender cómo inspeccionar los ríos, mejorar la calidad de los mismos y construir refugios para las aves, mejorando así el ecosistema y minimizando de este modo el riesgo por plagas de procesionaria en el bosque, de forma similar a como hacemos en nuestro cultivo (lucha biológica).



### Charlamos con Juan Ángel Poyatos, vicepresidente de Fundar

SanLucar lleva dos temporadas formando parte del programa ENGAGE muy activamente. Hemos participado en casi todas las líneas de voluntariado a lo largo de este año y medio que llevamos colaborando, y conocido diferentes realidades desde diferentes perspectivas. Incluso hemos desarrollado programas de voluntariado Ad hoc, utilizando para ello nuestro conocimiento del sector y nuestra red de partners.

Juan Ángel Poyatos es vicepresidente de Fundar, una fundación valenciana que se encarga del desarrollo y promoción de actividades de voluntariado y la solidaridad, y que lidera el proyecto internacional ENGAGE en Valencia.

#### Buenos días, Juan Ángel. Háblenos de Fundar y de ENGAGE.

Fundar es la Fundación de la Solidaridad y el Voluntariado de la Comunitat Valenciana, es una entidad privada y sin ánimo de lucro, participada por la Conselleria de Justicia y Bienestar Social de la Generalitat Valenciana y Bancaja. Fue creada en el 2001 con los objetivos de impulsar, promocionar y favorecer el voluntariado, así como, la solidaridad con las personas necesitadas y coordinar recursos sociales en el ámbito de la Comunitat Valenciana.

Una de las principales áreas en las que promovemos el voluntariado es entre las empresas (voluntariado corporativo) y uno de nuestros principales programas de promoción del voluntariado corporativo es el programa ENGAGE Valencia. ENGAGE está impulsado por Business in the Community, que se apoya en socios locales (como nosotros en Valencia) para desarrollar programas de voluntariado de forma que las



empresas aporten su experiencia para resolver problemas sociales. Además de Valencia, ENGAGE está presente en las principales capitales europeas y ciudades como Johannesburgo, Santiago de Chile y Hong Kong.

#### ¿Cuáles son, según su criterio, las principales ventajas del voluntariado para la empresa y para la sociedad? ¿Existen inconvenientes y barreras? ¿Cuáles?

El voluntariado es, por ejemplo una herramienta para dinamizar, cohesionar y motivar al equipo, permite que las personas adquieran una visión más completa del entorno al que pertenecen, favorece la comunicación y desarrolla habilidades, mejora determinadas competencias profesionales de los voluntarios, permite eliminar barreras entre departamentos, aumenta la capacidad de innovar y emprender proyectos, apoya las relaciones de la empresa con su entorno, etc.

Respecto a las barreras, según un estudio del Club de Excelencia en Sostenibilidad publicado en el 2010, las principales barreras anotadas por las empresas fueron la dificultad para conciliar voluntariado y trabajo, problemas de comunicación interna y la no existencia de un clima laboral adecuado. Añadiría quizá la falta de formación adecuada en las empresas para llevar a cabo estos programas de forma estratégica y la poca predisposición de algunas ONG frente a este tipo de voluntariado.

#### ¿Cuáles serían los principales elementos de un programa de voluntariado corporativo excelente?

La clave principal es la planificación del programa de voluntariado, dedicando el mismo nivel de profesionalidad que con el resto de actividades de la empresa. Por ello, el apoyo de los directivos es uno de los elementos más críticos para el éxito.

Por otro lado, es esencial que los programas sean conocidos por el mayor número de empleados y también que exista un diálogo continuo con ellos para evaluar adecuadamente los intereses.

Para conseguir un mayor impacto positivo en la sociedad, la empresa debe evaluar cuáles son sus puntos fuertes, dónde puede aportar con mayor garantía de éxito y evaluar tras cada ciclo los resultados, teniendo como objetivo la mejora continua del programa.

Además, se deben buscar sinergias y apoyos en los departamentos de Recursos Humanos y Comunicación Corporativa, y dedicar suficientes recursos financieros, ya que los programas

de voluntariado requieren una gestión especializada y un tiempo de trabajo que se traduce en dinero.

#### ¿Cuál cree que es la mejor forma de medir los resultados de un programa de voluntariado corporativo?

La medición es uno de los grandes retos para el crecimiento del voluntariado corporativo (VC). Si no medimos, no vamos a poder gestionar ni podremos saber cuál está siendo el impacto de nuestras acciones.

Para medir, es importante reflexionar sobre qué, cómo y cuándo se va a evaluar antes de comenzar el programa.

Se puede medir desde la perspectiva de los beneficiarios del programa, desde la perspectiva de los voluntarios o desde la perspectiva empresarial, y aprovechar la información obtenida para aplicar mejoras y sugerencias.

## »ES ESCENCIAL QUE LOS PROGRAMAS SEAN CONOCIDOS POR EL MAYOR NÚMERO DE EMPLEADOS«

Es claro que un sistema de medición universal para programas de VC facilitaría la labor de las empresas que actualmente están desarrollando estos programas. Una herramienta de medición común permitiría medir el impacto de los programas, compartir experiencias, y disponer de indicadores similares para reportar y comunicar los resultados. En voluntare.org se puede encontrar una herramienta de medición online estándar que ayuda a las empresas a medir sus programas en función de 4 dimensiones: cómo se ha diseñado, qué inputs tiene, cómo se ha ejecutado y cuál ha sido su impacto.

**Actualmente se está debatiendo a nivel europeo si el voluntariado corporativo es parte integral de la estrategia de CR en las empresas o si se trata únicamente de un instrumento más. ¿Cuál es su opinión al respecto y por qué?**

Creo que hasta hace poco sí se contemplaba el voluntariado corporativo como un mero instrumento de comunicación

o de RRHH. Actualmente, están proliferando estudios que aportan datos sobre la dimensión estratégica del voluntariado corporativo y, de hecho, empieza a haber empresas que están diseñando sus planes de voluntariado corporativo estratégico con los cuales tratan de diseñar y ejecutar sus programas con un aporte de valor mucho mayor.

**Juan Ángel, según su criterio, ¿sería acertado decir que existe en los últimos años una tendencia de creciente implicación de las empresas y de sus empleados en los programas de voluntariado corporativo? ¿A qué cree que se debe esta tendencia?**

Creo que hoy en día hay muchas empresas que se están subiendo a este carro (los datos del observatorio de voluntariado corporativo así lo demuestran). Las empresas se están dando cuenta del verdadero potencial que tiene este tipo de prácticas y hay un gran interés por lanzar programas de voluntariado. La celebración el pasado 2011 del año europeo del voluntariado supuso un gran impulso, pero no se trataba de una moda pasajera, sino que este año 2012 se está demostrando la consolidación de este fenómeno.

**¿Cuál es, según su opinión, el futuro del voluntariado?**

Analizando lo que está ocurriendo en otros países, algunas de las tendencias que se van a dar en el voluntariado corporativo en los próximos años podrían ser una mayor acción en catástrofes naturales y provocadas por el hombre, el compromiso del consumidor (programas conjuntos entre empleados consumidores o solo para consumidores) y, en general, una mayor inclusividad, ya que cada vez es más habitual que jubilados, antiguos empleados, familiares y amigos de los empleados en activo, incluso los consumidores sean invitados a participar en los programas de voluntariado de las empresas.

También es cada vez más común la colaboración entre empresas, produciéndose sinergias muy importantes para obtener un mayor impacto social (a modo ENGAGE).

Por otro lado, se observa que los programas de VC cada vez más los demandan los propios empleados y no surgen de una decisión unilateral.

Por último, destaca la proliferación de alianzas sólidas y a largo plazo con varias ONG, para perseguir objetivos de desarrollo concretos, y un uso más eficaz de la tecnología.

**Por último, ¿cómo ha sido, según su opinión, la evolución de SanLucar en cuanto al desarrollo de sus actividades de voluntariado este año y medio de intensa colaboración?**

La evolución de SanLucar ha sido ejemplar en cuanto al nivel de implicación de sus empleados pero especialmente, por la capacidad de aportar ideas e iniciativas muy acertadas para la consecución de los objetivos perseguidos por ENGAGE, por su capacidad de involucrar a otros stakeholders (como productores) y por su capacidad de aportar su «saber hacer» a los diversos beneficiarios con los que se ha trabajado. Estas características no son en absoluto habituales y hace que su mérito sea aún mayor.

Enhorabuena por vuestro trabajo y seguid aportándonos todas estas iniciativas geniales.



## Nuestro voluntariado Internacional

SanLucar es consciente de que su actividad influye en las condiciones de vida de las comunidades locales, pero esta influencia puede traducirse en un efecto positivo si se gestiona adecuadamente y con el firme convencimiento de que todos tenemos derechos y debemos ser tratados con respeto y bondad, independientemente de quiénes seamos y de dónde hayamos nacido. Además, en SanLucar nos gusta hablar

de nuestra Familia, esto es, el equipo de profesionales en todo el mundo con los que compartimos los mismos valores y una manera de vivirlos día a día. Queremos imprimir estos valores en todas nuestras fincas y transmitirlos a nuestra gente y a nuestras comunidades. Por todo eso, y porque pensamos que ser voluntario es una oportunidad para crecer y desarrollarse personal y profesionalmente, SanLucar ofrece cada

año entre 3 y 6 becas de voluntariado en cooperación internacional.

Con dos convocatorias consecutivas, son ya 8 las personas afortunadas que pueden vivir una experiencia única y contribuir con su tiempo, su experiencia, su esfuerzo y su voluntad a la mejora de las condiciones de la comunidad local y de los ecosistemas en los que SanLucar está presente. El 15 de mayo se publicaban las 4 becas correspondientes a 2012.

### Ecuador

En septiembre de 2011, y colaborando con la Fundación Mujer y Familia Andina (FUNDAMYF), nuestras compañeras Lisa Ebben (Calidad) y Silvia Soro (Administración) viajaron a Ecuador, la tierra de las bananas SanLucar, donde apoyaron un proyecto para que algunas familias ecuatorianas andinas puedan vivir de cultivos locales, y también desarrollaron cursos de educación popular para las mujeres de los poblados, donde incidieron en temas como la salud, la autoestima y el cuidado de la familia.

### Sudáfrica

The Homestead es una ONG local sudáfrica que recoge niños de la calle y les da la oportunidad de aprender y mejorar su situación para volver después a sus familias o continuar en el hogar y seguir formándose y desarrollándose. También trabajan con las mujeres de la comunidad para que creen empresa (emprendimiento social). Para ello, disponen de un pequeño taller de bisutería artesanal (<http://www.ubunbeadworks.co.za/ourpeople.htm>).

En Septiembre de 2011, nuestras compañeras Jessica Peyressatre (Comercial) y Davinia Puchades (Finanzas) viajaron a Ciudad del Cabo, donde ayudaron a esta ONG en su labor con niños de la calle y familias desfavorecidas. Nuestras compañeras dedicaron su tiempo a estos niños para que aprendiesen a vivir una vida sana y saludable y crecieran con motivación, y ayudaron a las mujeres a mejorar sus ingresos con una página de Facebook para vender la artesanía local.

Nuestros compañeros Marie Schaper (Marketing) y Matthias Lozano (Finanzas) serán los enviados especiales a Sudáfrica en 2012, y desarrollarán y aplicarán un plan para la fabricación y comercialización de artesanía ecológica con materiales de la producción de cítricos (principalmente piel de naranja). Asimismo, estos voluntarios visitarán nuestra recién adquirida finca de Rooihoogte (Western Cape Town) y realizarán actividades de ocio y tiempo libre en los centros para el cuidado de menores (los hijos de nuestros compañeros) con los que cuenta la finca.

### Chile

En julio y agosto de 2012, nuestros compañeros Manuel Blickle (Controlling) y Patrick Rühlemann (Comercial) colaborarán con la FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) para el fortalecimiento de las denominadas «ferias libres», (pequeños mercados locales). El objetivo final es ayudar a los pequeños comerciantes y productores a conocer la situación de su negocio y aplicar mejoras.





## Charlamos con Sr. Alan Bojanic, Representante de la FAO en Chile (Food and Agriculture Organization of the United Nations)

### ¿Qué es la FAO? ¿Cuáles son sus principales actividades en Chile y en el área de Latinoamérica?

La FAO es una organización de naciones que agrupa a 191 países miembros, además de la Unión Europea. La FAO es una organización intergubernamental: los países pagan cuotas de participación para pertenecer a ella, y sus contribuciones varían de acuerdo a la riqueza del país. Con esos fondos, la organización realiza actividades en beneficio de sus miembros. La FAO no da donaciones ni préstamos, todas sus actividades dependen de los recursos que aportan sus miembros y otros donantes como bancos de desarrollo y organizaciones internacionales. Por ende, la FAO no es una organización independiente, sino que responde a las necesidades y peticiones de sus países miembros, por lo que actúa a petición expresa de los países.

La FAO es un centro de expertos de todos los aspectos de la agricultura, la silvicultura y la pesca. Publica manuales técnicos y de capacitación que ofrecen información práctica a los países para que den buenos resultados las políticas destinadas a erradicar el hambre.

Las actividades de la FAO en Chile, Latinoamérica y el Mundo, comprenden cuatro principales esferas:



## »LA FAO PROPORCIONA LA PERICIA TÉCNICA Y, EN ALGUNOS CASOS, UNA FUENTE LIMITADA DE FINANCIACIÓN.«

- Ofrecer información. La FAO funciona como una red de conocimientos que utiliza la experiencia de su personal –agrónomos, ingenieros forestales, expertos en pesca, en ganadería y en nutrición, científicos sociales, economistas, estadísticos y otros profesionales– para recopilar, analizar y difundir información que ayuda al desarrollo.

- Compartir conocimientos especializados en materia de políticas. La FAO pone su larga experiencia al servicio de los

países para la elaboración de políticas agrícolas, así como para ayudar a la reacción de leyes eficaces y a diseñar estrategias nacionales con el fin de alcanzar las metas del desarrollo rural y la reducción de la pobreza.

- Ofrecer un lugar de encuentro para los países. De manera regular se reúnen en la Sede de la FAO, o en sus oficinas en distintos lugares del mundo, docenas de encargados de la formulación de políticas y expertos de todos los países con el propósito de forjar acuerdos sobre las principales cuestiones alimentarias y agrícolas. La FAO, en su posición de foro neutral, ofrece las condiciones para que los países desarrollados y en vías de desarrollo se reúnan para llegar a acuerdos.

- Llevar el conocimiento al campo. El alcance de los conocimientos de la FAO se somete a prueba en miles de proyectos de campo en todo el mundo. La FAO moviliza y administra millones de dólares proporcionados por los países industrializados, los bancos de desarrollo y otras fuentes, a fin de garantizar que los proyectos cumplan su propósito. La FAO proporciona la pericia técnica y, en algunos casos, una fuente limitada de financiación.

### ¿Cuál diría usted que es hoy en día el mayor reto de la FAO en América Latina y el Caribe?

Sin duda este 2012 los países de la región van a reafirmar su compromiso con «América Latina sin Hambre». Este año, la iniciativa tendrá, a partir de la Conferencia Regional de la FAO, una reafirmación. Ahí, el desafío será apoyar el desarrollo de agendas nacionales de seguridad alimentaria y nutricional, para enfrentar la problemática de la malnutrición, tanto la desnutrición crónica como el sobrepeso u obesidad. Estas son agendas a desarrollar a nivel legislativo, ejecutivo y a nivel de la participación del sector privado y la sociedad civil en la agenda.

Un segundo desafío es apoyar un conjunto de iniciativas de integración regional que contribuyan a la gobernanza de la seguridad alimentaria en la región. Esto implica fundamentalmente apoyo a organizaciones como, CELAC, CIICA, MERCOSUR, UNASUR, CARICOM, en las cuales el tema de seguridad alimentaria está adquiriendo mayor importancia. Esto incluye temas como la dinamización del comercio intrarregional de alimentos, la sanidad e inocuidad de los alimentos y otros temas de dimensión regional. Eso va aparejado a la facilitación y promoción de la cooperación sur-sur, es decir, que los países intercambien experiencias entre ellos.

Un tercer gran desafío que no sólo es de 2012 sino de los años por venir, es la adaptación de la agricultura al cambio climático. Este año está marcado por la Cumbre Mundial Rio +20 y la Oficina debe hacer recomendaciones de políticas y de prácticas para llevar a cabo el proceso de adaptación de la agricultura, ganadería, sector forestal y de la pesca, al cambio climático. Un público estratégico para el actuar de la organización es la agricultura familiar, que requiere de apoyos para enfrentar la variabilidad y el cambio climático.

## »(...) NINGÚN SECTOR POR SÍ SOLO PODRÁ LUCHAR CONTRA EL HAMBRE Y LA POBREZA EXTREMA.«

### ¿Cuáles son las mayores preocupaciones de la FAO tanto en Chile como a nivel internacional?

La principal preocupación de FAO a nivel mundial es la erradicación del hambre y el apoyo al desarrollo rural, para asegurar que existan alimentos suficientes para todos.

### ¿Agricultura tradicional campesina vs. Innovación agraria? ¿Cree que estos conceptos son compatibles?

Más que compatibles, deben ser complementarios, ya que es en la agricultura familiar donde se encuentra el mayor potencial de desarrollo productivo. Este sólo se logrará si se logra llevar la innovación agraria al campo, es decir, si se ponen los avances tecnológicos al servicio de los pequeños productores, campesinos y agricultores.

Esto toma especial importancia en el clima actual de volatilidad de precios, ya que si logramos aumentar las existencias de alimentos, los precios internacionales deberían tender a una estabilidad mayor.

Para esto es muy importante que los estados recuperen un papel importante en el campo de la innovación; de esta manera, la investigación que se genere podrá estar a disposición de los agricultores que más la requieran.

### ¿Qué responsabilidad diría usted que tienen las empresas del sector agrícola y alimentario contra el hambre y la pobreza?

Todos los sectores tienen una gran responsabilidad en la lucha contra el hambre, ya que es imposible que la FAO por sí sola logre combatir esta plaga. La única forma de erradicar el hambre es que todos los sectores (gobierno, empresas, ONG, sociedad civil, organismos internacionales) sumemos esfuerzos y promovamos iniciativas que busquen la reducción progresiva del Hambre y la pobreza extrema. Es muy importante saber que ningún sector por sí solo podrá luchar contra el hambre y la pobreza extrema, y que solamente las alianzas intersectoriales pueden ayudar a cambiar la inaceptable realidad de tener más de 900 millones de hambrientos en el mundo actualmente.

### ¿Cuál cree que es el papel de los gobiernos en cuanto a soberanía alimentaria? ¿Qué responsabilidad deberían asumir?

La FAO maneja el concepto de Seguridad Alimentaria, más que de soberanía. Y en este aspecto, consideramos que es una gran responsabilidad de los estados, el lograr generar leyes que aseguren la alimentación adecuada de su

población. La FAO está a total disposición de los países para asistirlos en la formulación e implementación de leyes de Seguridad Alimentaria. A través de la Iniciativa América Latina y Caribe sin Hambre, por ejemplo, impulsamos los Frentes Parlamentarios Contra el Hambre, que agrupa a legisladores de toda la región motivándolos a debatir y construir agendas políticas en torno al tema de la seguridad alimentaria.

**FAO Chile y SanLucar van a colaborar en el marco del programa de voluntariado corporativo internacional. ¿Por qué cree que es importante que las empresas del sector aporten a las comunidades locales en las que trabajan?**

Como he señalado anteriormente, es indispensable que todos los sectores se unan y contribuyan en favor del desarrollo rural y la erradicación del hambre. Es por esta razón que vemos con muy buenos ojos el ejemplo de empresas como SanLucar, que apoyará la gestión de FAO en Chile. Creemos que hay distintos caminos para impulsar el desarrollo agrícola del país y cualquier esfuerzo será mucho más exitoso si aunamos fuerzas entre todos los sectores.



### 5.3 El desarrollo social en SanLucar Internacional

En Túnez disponemos de uno de nuestros mayores centros de producción propios, en el que cultivamos diferentes variedades de frutas y verduras: tomate, melón, fresa y frambuesa. Por otro lado, Sudáfrica comienza a funcionar en 2012 y nos dará los más sabrosos cítricos, uva y fruta de hueso, entre otros productos.

En nuestras explotaciones aplicamos con más razón nuestra filosofía (sabor en armonía con el ser humano y la naturaleza). Así, todas nuestras fincas cuentan con la certificación de Global G.A.P., que promueve las buenas prácticas en el cultivo de las tierras para conseguir productos seguros y sostenibles. Por supuesto, nos aseguramos de que el trabajo en nuestras plantas se lleve a cabo con integridad, igualdad, seguridad, con un uso responsable de los recursos naturales y teniendo siempre presente la seguridad laboral, así como, las mejores condiciones sociolaborales y un desarrollo a largo plazo de nuestros trabajadores.

Pero queremos ir más allá de nuestras fincas, queremos comenzar en 2013 con un ambicioso proyecto, con el que pretendemos promover la producción y comercialización de productos artesanales (de la artesanía del trenzado y cestería) de la región de El Hamma, cumpliendo los siguientes aspectos sostenibles: la mejora a largo plazo de la situación económica de la población local y un manejo sostenible de las palmeras.



Nuestro Oasis en Túnez.



## Charlamos con Santiago Galán, CEO de SanLucar Internacional

Santiago Galán conoce perfectamente lo que SanLucar es y representa, y se encarga del desarrollo de negocio a nivel internacional. Además, Santiago participó activamente en la implantación del sistema de gestión en base a la Norma SA8000 y conoce por tanto de primera mano la importancia y la necesidad de una gestión responsable; se involucra y trabaja día a día para conseguirlo.

**Santiago, 2011 fue un año muy especial para SanLucar, ya que se ha apostado fuertemente por un desarrollo estratégico del negocio a nivel internacional. Como Director de SanLucar Internacional y responsable de este desarrollo, ¿cómo ves SanLucar en 5 años? ¿Y en 10?**

Yo creo que ese espíritu internacional forma parte del ADN de SanLucar y ya en 2008 pusimos una importante primera piedra con el establecimiento en Túnez. Lo que se ha visto en 2011 y 2012 son los primeros resultados de un trabajo de tiempo y de muchas personas.

Ese trabajo de un gran equipo, el equipo SanLucar, sigue hoy, y por eso en 5 años el SanLucar que hoy conocemos será muy diferente y no digamos en 10. Es imposible que no cambie cuando hablamos de que en 5 años tendremos más de 3.000 Ha en producción y opciones sobre otras 5.000, y nuestra empresa estará formada por más de 5.000 trabajadores con un horizonte de 15.000 personas en 10 años. Estaremos produciendo e implantados en más de 10 países en 3 ó en 4 continentes y en SanLucar trabajaremos personas de más de 30 nacionalidades.

Todo esto va a cambiar lo que hoy conocemos pero gracias a lo que somos hoy podremos afrontar el reto que tenemos delante y que supone un momento mágico para todos.

**¿Cuál dirías que es el mayor reto de SanLucar en cuanto a su desarrollo internacional?**

Sin duda el reto es el de encontrar las personas y formar equipos en los diferentes países y zonas donde queremos estar. Una tierra o una oficina se puede comprar de un día para otro pero dar vida a eso sólo lo pueden hacer las personas. Crear un equipo basado en una estructura organizativa y que entienda y viva los valores de SanLucar lleva mucho tiempo, y, sin duda, es lo más difícil y también lo más motivador que tenemos por delante.



**»EL RETO ES EL DE ENCONTRAR LAS PERSONAS Y FORMAR EQUIPOS EN LOS DIFERENTES PAÍSES Y ZONAS DONDE QUEREMOS ESTAR.«**

**Las áreas de desarrollo de negocio con las que SanLucar ha comenzado son Túnez y Sudáfrica. ¿Por qué dirías que se han elegido estos países?**

Son zonas con gran tradición agrícola. Además, cada país se encuentra en un hemisferio, lo que nos da una cobertura anual (un producto los 12 meses del año) y, sobre todo, son países que nos han acogido fantásticamente bien y donde SanLucar no quiere sólo coger unas tierras y producir, sino implantar un nuevo modelo de desarrollo agrícola que repercute en un desarrollo social de todas las personas, en un desarrollo de las comunidades.

Y esto no son sólo palabras. En Túnez son ya hechos reales y tangibles, y en Sudáfrica estamos en esa línea. En breve podremos hablar de resultados.

Apostar por una innovación en nuestro sistema de producción unido a implicar a todos los colaboradores en el desarrollo nos da una ventaja competitiva que si sabemos aprovechar aportará un gran valor a las zonas locales.

**»TODO LO QUE LA SOCIEDAD RECLAMABA A NIVEL SOCIAL YA ERA UNA REALIDAD EN SANLUCAR TÚNEZ «**

**Túnez y Sudáfrica - Se trata de países cuya historia reciente y actualidad cuenta con episodios de lucha por los derechos. ¿Cómo maneja SanLucar esta situación?**

Son reivindicaciones que vivimos muy de cerca y que si se hacen desde el respeto apoyamos al 100%.

En Túnez hemos estado de lleno en la Revolución, apoyando a nuestros trabajadores y poniendo medios para que su trabajo y desarrollo no se viera afectado. Nos hemos adaptado en horarios y otras necesidades para demostrar que estábamos junto a nuestro equipo. Todo lo que la sociedad reclamaba a nivel social ya era una realidad en SanLucar Túnez, donde llevábamos años de adelanto. No obstante, sí que hemos aumentado la comunicación con los equipos

y estando siempre dispuestos a escuchar y apoyar, con lo que ha habido un efecto positivo.

Túnez es una sociedad bien formada, que reclama más participación y mejores condiciones sociales, y en eso SanLucar siempre va a estar apoyando.

Sudáfrica es un caso muy diferente ya que la base democrática la tienen, pero la desigualdad social es enorme, como ellos mismos se encargan de explicar. Probablemente sea uno de los países del mundo con mayor desigualdad social. SanLucar ya trabaja en fomentar la igualdad de oportunidades empezando por nuestra propia estructura, donde no existe diferencia económica o de funciones para un mismo puesto por razones de raza o sexo. Nuestro siguiente reto es preparar a las personas no blancas para que puedan afrontar más y mayores responsabilidades, lo que les facilitará su desarrollo personal y profesional. Los pasos avanzados hasta ahora ya están dando los primeros frutos, ya que ellos están viendo que en SanLucar abogamos por la igualdad de oportunidades y que otra posición no cabe. Aunque nos lleve tiempo lo conseguiremos, seguro.

Otro tema más difícil es llevar esa posición de igualdad a las comunidades, pero si las otras empresas de producción se convencen de que con este sistema la gente rinde más, está mejor y el valor de la persona sube, pensamos que se irá implantando poco a poco, muy poco a poco, son siglos de desigualdad.

**SanLucar dispone de un código ético que incide en aspectos de derechos humanos y ha puesto en marcha en 2011 un plan de igualdad y diversidad. ¿Son estos principios SanLucar aplicables en todos los países?**

Al 100% son aplicables y no nos debemos desviar ni un 1% de ese objetivo. Con ese espíritu trabajamos y todos los que forman parte de este proyecto saben que así va a ser. Es un principio que no admite discusión, es tan indiscutible como que mañana sale el sol y es de aplicación en España, Austria, Alemania, Túnez, Sudáfrica, ...

**¿Cuáles serían los principales proyectos sociales y logros en Túnez hasta hoy? ¿Cómo ha sido la evolución? ¿Qué se planea realizar próximamente?**

Yo diría que el principal logro es considerar a nuestros trabajadores como personas con derechos y obligaciones como tú y como yo y trabajar sin descanso sobre esa base.

## »SANLUCAR YA TRABAJA EN FOMENTAR LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES EMPEZANDO POR NUESTRA PROPIA ESTRUCTURA«

En estos casi 4 años desde la compra de la finca hemos puesto a su disposición ciertos medios que para nosotros se sobrentienden, pero con los que no contaban hasta nuestra llegada, como aseos dignos, modernos vestuarios, comedores con altas condiciones higiénicas y de confort, protecciones y formación para el sistema de prevención de riesgos laborales, transporte hasta sus poblaciones para facilitar el acceso al mercado laboral, becas de formación, ayudas para la educación de sus hijos (prima de escolaridad), primas de antigüedad para premiar la fidelidad del equipo, primas de rendimiento, mejoras salariales superiores al 30% sobre la media de nuestro entorno, servicio médico en la propia Explotación (enfermera) con seguimiento, prevención y ayuda en casos de enfermedad o lesiones.

De hecho, el 14 de junio de 2012 el Primer Ministro, Ham-madi Jebali nos entregaba un reconocimiento del que nos sentimos muy orgullosos: un FIPA Award por haber creado empleo estable, desarrollo social e inversión y riqueza en los momentos más difíciles de Túnez.

Ahora estamos trabajando intensamente en la formación interna con nuestros Ingenieros para que vaya aplicándose en cascada hacia todos los equipos. Queremos fomentar la participación y la convivencia con la creación de una zona deportiva para organizar competiciones y otros eventos, y vamos a intentar potenciar el desarrollo económico de las familias de la zona comercializando la artesanía local (cestería), buscando posibilidades para empaquetar estéticamente nuestra fruta teniendo en cuenta además los aspectos sociales y culturales de la región. En síntesis, queremos seguir nuestro principio de dar valor a la persona y ofrecer oportunidades de crecimiento.

**Por otro lado, Sudáfrica es hoy un reto importante, don-**

**de existen grandes desigualdades sociales y verdaderos problemas como inseguridad ciudadana, alcohol y drogas, accidentalidad, etc. ¿Cómo planea SanLucar enfrentarse a este reto y crear un efecto positivo a largo plazo?**

En una anterior pregunta ya hablábamos de esta situación de desigualdad y subdesarrollo social y me reitero en lo dicho. Donde tengamos competencias para actuar, actuaremos y donde no, intentaremos influir dentro de nuestras posibilidades.

Vamos a eliminar la circulación de sustancias nocivas para la salud, ya que entendemos nuestra explotación como un lugar de trabajo y un lugar magnífico para aprender y no un lugar nocivo para la salud y la convivencia. Para ello, apoyaremos a las personas de nuestros equipos en programas de desintoxicación apoyándonos en las autoridades y organismos locales. Queremos sobre todo trabajar con todos nuestros equipos en su formación y desarrollo tanto profesional como personal, ya que la formación es nuestra principal herramienta para que la parte nociva no tenga hueco.

Ahora mismo nos encontramos en conversaciones con las Administraciones locales para dar una mejor calidad de vida y vivienda a los trabajadores dentro de los propios pueblos favoreciendo de este modo su integración.

Son temas difíciles y que la gran mayoría de la Sociedad Civil quiere erradicar, así como, la Administración Pública. Pensamos que sólo con un trabajo conjunto de todos, y estando muy cerca de las personas se podrá conseguir.

**SanLucar dispone de una política de empresa donde se incluye una política de sostenibilidad y medio ambiente. ¿Cómo asegura SanLucar la sostenibilidad ambiental en sus áreas de desarrollo de negocio?**

Al igual que ocurre con nuestro código ético, no son temas discutibles. Creemos en desarrollar todas nuestras acciones en el marco de la sostenibilidad y transmitimos ese criterio a todos nuestros colaboradores.

Centrándonos en nuestras producciones, trabajamos en políticas de ahorro de agua, estamos generalizando el reciclado de las aguas de riego, trabajamos en la selección de los desechos para su posterior reciclado -a pesar de lo poco extendida que está esta práctica en los nuevos países donde nos implantamos-, realizamos auditorías para ahorro energético y más cosas. Pero lo más importante es que todas nuestras acciones de forma espontánea se conciben con el objetivo de la sostenibilidad; y eso sólo es posible

si creemos en lo que transmitimos y nuestro equipo se involucra totalmente en dichas acciones.

**¿Qué cualidades ayudan al CEO de SanLucar International a hacer un buen trabajo en todo el mundo?**

La verdad es que es muy fácil ya que lo único que hay que hacer es actuar con las cualidades y valores SanLucar y transmitirlos. Como Responsable de esta Área mi papel es actuar con los criterios SanLucar y representar de la mejor forma la compañía. Estos criterios son:

- Adaptabilidad, es decir, ser capaces de adaptarnos y comprender la cultura local, sus formas de ver las cosas, sus formas de actuar. Sólo si sabemos entender a cada país y sus personas podremos tener éxito.
- Innovación, es decir, saber transmitir una forma diferente de entender la agricultura, aportando sistemas de vanguardia, sostenibilidad y calidad como la mejor forma de ofrecer a nuestros clientes un trabajo bien hecho.
- Trabajo en equipo, es decir, conseguir que las individualidades miren al grupo como único capaz de conseguir resultados y éxitos, creando estructuras que puedan funcionar con personas capaces de liderar.
- Comunicación, Calidad y Excelencia, es decir, ser un facilitador para que todas las Áreas de SanLucar puedan aportar su conocimiento para ayudar a hacer mejor el desarrollo de cada proyecto.





Nuestro punto de venta

## 6. Nuestros clientes y consumidores, nuestra mejor garantía



- Edeka Südwest y SanLucar
- REWE International AG
- Innovación social en Packaging
- Calidad transparente
- El diálogo con nuestros clientes y consumidores
- Comunicación fresca

Los consumidores de fruta y verdura exigen productos frescos, sabrosos, sanos y 100% seguros. Tanto nosotros como nuestros socios estamos convencidos de que un buen producto pasa por un comportamiento responsable. Así, SanLucar y sus agricultores son evaluados bajo los mismos criterios para garantizar la máxima calidad de nuestros productos.

No sólo compartimos la misma visión con nuestros productores, también con nuestros clientes, quienes son los jueces más exigentes; pero también, cómplices y facilitadores para que nuestra filosofía y nuestras acciones lleguen al consumidor y se conviertan en una herramienta de decisión en el punto de venta.

### Edeka Südwest y SanLucar

» ¡Hacer algo juntos! Nos encantan los alimentos, y por tanto, también las más frescas frutas y verduras, como a SanLucar, nuestro socio, con el que llevamos años trabajando estrechamente y con confianza.

En SanLucar se cultivan frutas y verduras en armonía con el ser humano y la naturaleza.

Aspectos como la protección medioambiental y el compromiso social están firmemente vinculados tanto a nuestra filosofía empresarial, como a la de SanLucar.

**Estos conceptos nos unen y nos convierten en un buen equipo».**

*Christhard Deutscher, Director de Comunicación Corporativa de EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH.*



### REWE International AG y la sostenibilidad

Entrevistamos a Tanja Dietrich-Hübner, Directora de Sostenibilidad de REWE International AG.

**¿Desde cuándo se compromete REWE en las áreas de sostenibilidad y responsabilidad corporativa? ¿Qué actividades y proyectos están desarrollando?**

En el año 2008 se estableció la sostenibilidad como campo de actuación importante para el REWE GROUP. El grupo ha sido la primera empresa de alimentación de Austria en incluir la sostenibilidad en su estrategia empresarial, algo que tiene efectos en todos los sectores comerciales y empresariales. Una estrategia sostenible consta de cuatro aspectos fundamentales:

- productos verdes,
- energía, clima y medioambiente,
- nuestros compañeros y compañeras,
- compromiso social.

**¿Qué significado tiene Pro Planet para su empresa?**

Con PRO PLANET etiquetamos el grupo de productos que durante su producción, manipulación y uso contaminan mucho menos el medio ambiente y la sociedad. Se respetan aspectos específicos de sostenibilidad durante toda la cadena de valor.

El objetivo es fomentar un consumo sostenible en el mercado de masas y ofrecer productos con un valor en sostenibilidad adicional, a precios atractivos. Para llevar a cabo los proyectos de PRO PLANET, el grupo REWE trabaja con expertos independientes, en Austria por ejemplo, y en el caso de fruta y verdura, con GLOBAL 2000 y Caritas. Con ello podemos ofrecer orientación y ayuda para aquellos consumidores que quieran ayudar con su compra al medio ambiente y contribuir a un menor impacto social.

**Dedican una semana al año al tema «sostenibilidad». ¿Cuáles son sus objetivos?**

Para poder informar sobre la gran variedad de actividades y objetivos acerca de la sostenibilidad, el grupo publica cada dos años un informe de sostenibilidad. Como líder austriaco en el sector de la alimentación y de productos de droguería, REWE International AG se toma muy en serio sus responsabilidades



con la sociedad y futuras generaciones; y se compromete a llevar más allá el tema de la sostenibilidad. Sin embargo, una tarea tan ambiciosa sólo la podemos realizar junto a colaboradores responsables de la industria. Esto significa, por ejemplo, poder ofrecer a nuestros clientes productos con un valor adicional respecto a una alimentación saludable, protección medioambiental y climática, biodiversidad, compromiso social, etc. y facilitar a nuestros compañeros revisiones médicas preventivas, descuentos especiales en la compra diaria... Un objetivo para la protección climática es, por ejemplo, reducir hasta el 2015 las emisiones específicas de CO<sub>2</sub> en un 30% respecto al año de base 2006.

**»REWE INTERNATIONAL AG SE TOMA MUY EN SERIO SUS RESPONSABILIDADES CON LA SOCIEDAD Y FUTURAS GENERACIONES«**

**¿Por qué piensa que la responsabilidad corporativa es tan importante en el sector alimentario?**

Gracias al trabajo pionero en el sector de los productos biológicos y la ampliación de la gama *Ja! Natürlich* a 1.100 productos, REWE International AG ha hecho un aporte considerable para sensibilizar a los consumidores respecto a la sostenibilidad. El comercio se compromete a total transparencia de productos e información orientada al cliente. La sostenibilidad en el sector alimentario es decisiva a la hora de comprar para uno de cada dos clientes, algo que demostraron unos estudios realizados en 2009 y 2010 para REWE International AG sobre la cultura alimentaria de Austria. En este contexto son cada vez más importantes los conceptos de certificado de procedencia, certificaciones, sello de calidad, entre otros.

**Según usted, ¿qué diferencia hay entre una empresa responsable y una empresa que no se toma tan en serio la responsabilidad corporativa?**

La sostenibilidad debe estar incorporada en la estrategia corporativa y unida a unos objetivos concretos. Muy importante también es una comunicación continua y creíble con los diferentes grupos de interés.

## »LA SOSTENIBILIDAD DEBE ESTAR INCORPORADA EN LA ESTRATEGIA CORPORATIVA«

**¿Qué canales de comunicación son importantes para establecer contacto con los consumidores y crear confianza a largo plazo con marcas como REWE International AG y SanLucar?**

Una comunicación regular es de suma importancia para el desarrollo sostenible de REWE International AG. Sólo así puede crearse transparencia y confianza. Para conocer las necesidades y deseos de los stakeholders, mantenemos un intercambio constante con clientes, compañeros, socios, proveedores, etc. REWE International AG participa en diversos proyectos, redes e iniciativas – como *ARGE Gentechnik frei* (colectivo para alimentos no modificados genéticamente) o *respACT* (plataforma austriaca para CSR y el desarrollo sostenible) – ya desde hace muchos años, para trabajar junto a otras empresas (como SanLucar) y expertos en la puesta en marcha de soluciones.

**¿Qué actividades de responsabilidad corporativa de SanLucar le han llamado la atención?**

Aparte de la certificación SA 8000, la realización del primer informe de sostenibilidad en el 2011.

**Una empresa sólo puede ser sostenible si esto ocurre en armonía con la cadena de valor. ¿Cómo garantiza REWE Group máxima confianza en su cadena de valor, y cómo lo comunica?**

En el documento «Leitlinie für Nachhaltiges Wirtschaften» (Pautas para un negocio sostenible), publicado en 2011, el REWE Group esclarece los valores que apoya. Estos abarcan toda la cadena de valor y tienen como objetivo que los socios de REWE Group actúen en sus áreas de influencia de manera sostenible.

**¿Qué ideas y planes tiene REWE Group para sus campañas futuras?**

Queremos continuar con el concepto de las semanas sostenibles. Junto a nuestros socios, nos gustaría presentar a los clientes de BILLA, MERKUR, PENNY, BIPA y ADEG ofertas atractivas de productos sostenibles, y así fomentar un estilo de vida más responsable entre los austriacos.



## 6.1 Innovación social en Packaging

En SanLucar nos preocupamos porque todos nuestros clientes puedan tener acceso a la mejor información sobre nuestros productos.

Con este objetivo, Packaging y CR desarrollan desde 2011 un proyecto para la introducción del braille en nuestras etiquetas de producto – esto facilitará a los ciegos y discapacitados visuales su compra en el supermercado y les ayudará a encontrar sus productos en casa.

Para entender mejor las necesidades de ciegos y discapacitados visuales, y así cumplir los objetivos del proyecto, dialogamos y colaboramos con asociaciones de discapacitados visuales de Alemania y Austria (BSVH Blindenverein Hamburg y Blinden- und Sehbehindertenverbands Österreich), así como, con la Fundación ONCE en España, para averiguar si las etiquetas producidas por nuestro proveedor son legibles y útiles. También estamos valorando otros desarrollos tecnológicos alternativos al braille que aseguran la accesibilidad de la información para ciegos y discapacitados visuales. Comenzaremos con el tomate fiesta en la próxima campaña de tomate de Túnez, es decir, a partir de noviembre, e iremos ampliando a otros productos que utilicen etiqueta del mismo formato a partir de ese momento.



## 6.2 Calidad transparente

Nuestro departamento de Calidad trabaja cada día para poner a disposición del cliente toda la información relativa a la calidad de nuestros productos y al cumplimiento de las normas europeas en materia de Trazabilidad y Seguridad Alimentaria.

Con el objetivo de conseguir máxima transparencia, trabajamos con una plataforma colaborativa denominada Portal WEB. Este portal permite a nuestros proveedores enviar toda la información relativa al producto (unidades productivas, trazabilidad, tratamientos en campo, tratamientos post-cosecha, análisis etc.) Una vez enviada la documentación, es puesta a disposición de nuestros proveedores para su revisión, de forma que tienen visibilidad total de los procesos productivos y de calidad de toda la mercancía que reciben en sus plataformas.



Para poder acceder al Portal WEB, sólo es necesario un navegador con conexión a Internet, un nombre usuario y una contraseña. La URL de acceso es: <http://extranet.sanlucar.com>

Por otro lado, la **trazabilidad** de nuestros productos es uno de los principios de SanLucar. Nuestros expertos de Calidad y Logística, IT y Packaging trabajan conjuntamente para conseguir un proceso transparente. En SanLucar no perdemos de vista nuestros productos. Jamás los descuidamos, desde la semilla hasta el supermercado, controlamos en todo momento la cadena de producción y distribución.

Para ello, nuestro sistema de identificación y gestión informática de la mercancía nos permite conocer en cualquier punto de la cadena de suministro todo el historial de la mercancía, pudiendo identificar producto, cantidad, dirección del agricultor y parcela, unidad de venta, peso, fechas de recolección, de confección y de salida de mercancía, número de palé, transportista, matrícula del camión, zonas intermedias y destinatarios.

Diferenciamos tres tipos de trazabilidad:

- Trazabilidad hacia atrás: Documentación y marcado hasta el campo.
- Trazabilidad hacia delante: Documentación y marcado hacia el cliente.
- Trazabilidad interna.

Para garantizar el buen funcionamiento del sistema, nuestros técnicos de calidad comprueban cada día la identificación correcta de la mercancía de nuestros agricultores. Así, podremos localizar e identificar cada palé cuando fuere necesario.



### 6.3 El diálogo con nuestros clientes y consumidores

Conocer y entender las expectativas de nuestros clientes y consumidores y responder a ellas nos preocupa, y es la base de nuestro compromiso por la máxima calidad, una calidad enfocada al cliente. Nuestra tarea diaria es «entusiasmar al consumidor», esto es, no sólo cumplir con sus expectativas, sino superarlas (garantía de suministro, garantía de calidad). Así, ofrecemos un producto de confianza y calidad Premium, pero también ofrecemos un diálogo para mejorar día tras día. La satisfacción y fidelidad de nuestros clientes es una prioridad para SanLucar. También lo es un consumo responsable de la fruta y verdura, y la mejor información para nuestros consumidores.

Por todo ello, nuestros KAM (key account managers) trabajan diariamente en colaboración con distribuidores y clientes, es decir, con aquellos que venden nuestro producto a los consumidores finales, informándoles de las novedades, formando al personal de los supermercados regularmente y explicando nuestra filosofía y nuestros valores, como la sostenibilidad.



Nuestros KAMs y PoS Consultants

Para estudiar la satisfacción de nuestros clientes y proveedores, se ha implantado en esta campaña 2011/2012 la **Plataforma de Encuestas de SanLucar** que permite el envío simultáneo de los cuestionarios de satisfacción a todos nuestros clientes obteniéndose resultados detallados por cliente y gráficas comparativas de cada una de las preguntas planteadas en los cuestionarios. Esta herramienta informática renueva y facilita el análisis de la satisfacción y nos permite además optimizar los procesos, y establecer conclusiones en tiempo record, lo que nos ayuda a mejorar continuamente.

Esta plataforma también nos facilita realizar estudios de satisfacción de otros stakeholders, como nuestros socios productores, o para realizar estudios de mercado sobre un producto determinado o un envase novedoso.

Durante la campaña 2011/2012 hemos mejorado nuestro procedimiento de gestión de reclamaciones para dotarlo de mayor transparencia, eficiencia y rapidez. Para ello, SanLucar ha creado el nuevo Departamento de Reclamaciones, que es el encargado de poner en práctica este procedimiento y lograr una mayor satisfacción de nuestros clientes y nuestros proveedores en este proceso.

El Departamento de Calidad es quien realiza el análisis de las reclamaciones recibidas, elaborando informes mensuales con el fin no sólo de documentar éstas y analizar su evolución histórica, sino también, para evaluar las causas y, en caso de ser necesario, poner en marcha planes de mejora específicos. Los informes se comunican a los Departamentos Comerciales y Product Managers, para la optimi-

zación de nuestros procesos y servicios. Tanto la plataforma de encuestas como nuestro nuevo departamento de reclamaciones son una fuente valiosísima de información que tenemos en cuenta para mejorar continuamente nuestros procesos y ofrecer siempre el mejor servicio.

También los consumidores pueden ponerse en contacto con nosotros a través de nuestro **formulario** en [www.sanlucar.com](http://www.sanlucar.com). Nuestro compromiso con el consumidor final de rapidez y transparencia, de modo que cualquier duda que éste pueda tener sobre nuestros productos, procesos de calidad, etc. debe quedar resuelta por nuestros profesionales en el menor tiempo posible y con el rigor que nuestros clientes se merecen.

### 6.4 Comunicación fresca

Sabemos que nuestra fruta de SanLucar habla por sí misma, pero una buena estrategia de Marketing y comunicación ayuda a que se la entienda mejor.

El Marketing Mix de SanLucar engloba una batería de herramientas de comunicación creadas para llegar hasta los diferentes públicos que nos siguen.

El equipo de Key Account Managers con sus POS Consultants en Austria y Alemania tiene contacto directo con el personal de las tiendas, asesorándoles en la venta de nuestro producto. También para el público profesional está dirigido el newsletter semanal de SanLucar, que informa sobre las llegadas de productos, novedades, evolución de las campañas, así como noticias corporativas de interés para la distribución.

El lugar de encuentro con nuestros consumidores es el **punto de venta**, especialmente cuidado para presentar nuestros productos de la manera que se merecen. Con carteles informativos y folletos ad hoc aportamos inspiración e información sobre nuestros productos. El Packaging juega un papel esencial en la presentación de los productos. Apostamos por embalajes respetuosos con el medio ambiente que aportan un valor añadido a nuestros productos, por ejemplo, muchos de nuestros embalajes tienen una receta en su parte trasera con ideas para cocinar los productos.



SanLucar publica una revista bimensual, llamada SanLucar Magazin, donde nuestros productos son protagonistas: recetas, consejos, así como, curiosidades sobre nuestra fruta y verdura.

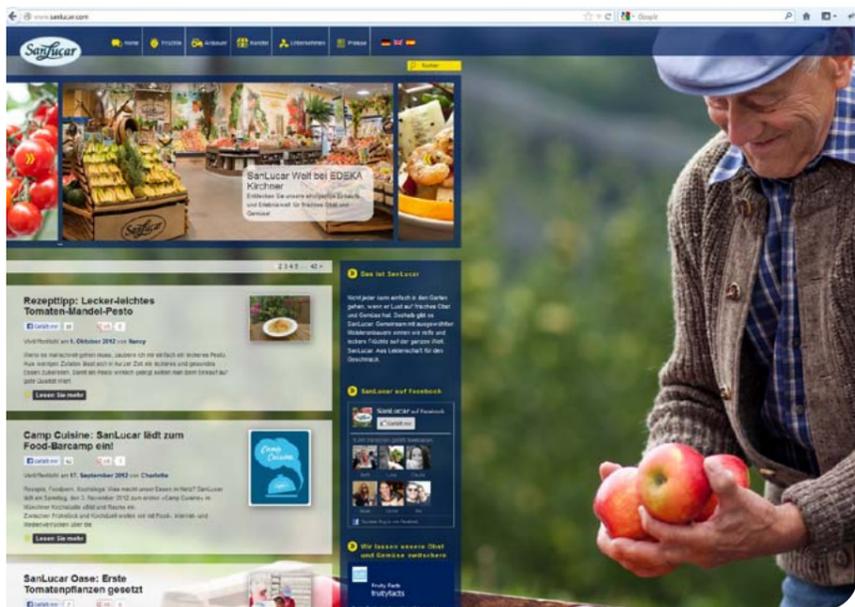
Junto con estas actividades, SanLucar también realiza campañas de radio, inserciones en revistas, eventos, patrocinios, promociones y concursos. El equipo de relaciones públicas se encarga del contacto con los medios de comunicación; y el personal de investigación de mercados, realiza focus groups con consumidoras para entender mejor sus motivaciones de compra.



## La comunidad online de SanLucar

Para SanLucar, la comunicación online es una excelente oportunidad para tener un contacto más estrecho con la comunidad de consumidores de nuestros productos.

La página web corporativa de SanLucar, [www.sanlucar.com](http://www.sanlucar.com), pone a disposición de cada Stakeholder un canal de comunicación específico y la información más relevante. Así, el consumidor podrá ver dónde está el establecimiento más cercano en el que comprar nuestros productos, las personas interesadas en trabajar con nosotros pueden subir su currículum a la página de inicio y enviarlo directamente al departamento de RR.HH, el agricultor puede consultar nuestros requisitos de calidad y sostenibilidad y el cliente podrá conocer a nuestros maestros agricultores y nuestras zonas de producción. Además, el antiguo blog de SanLucar, realizado íntegramente por los SanLucanos, se ha integrado en la nueva página web, permitiendo ofrecer una visión más cercana y personal sobre la empresa.



También a través de su página de Facebook, SanLucar está en contacto con sus clientes y consumidores. Se trata de una herramienta de comunicación interactiva donde ambas partes comparten informaciones, dudas, quejas y experiencias con la fruta de SanLucar. Por otro lado, se trata también de un canal ideal para obtener Feedback de nuevos proyectos y para hacer promociones puntuales de nuestros productos. Con más de 8.000 fans, el Facebook de SanLucar es un medio imprescindible para estar en contacto con nuestra comunidad.

Sin embargo, esta no es la única red social en la que SanLucar está presente. En Twitter, SanLucar puso en marcha el proyecto Fruity Facts (<http://twitter.com/fruityfacts>), que informa sobre datos curiosos, desconocidos o inesperados sobre la fruta y la verdura de SanLucar. Por supuesto, SanLucar también está en youtube con un canal propio con todos nuestros videos (<http://www.youtube.com/user/SanLucar2009>).

## Nuestros viajes de formación – acercando la finca al supermercado



Nuestro departamento comercial cuenta con excelentes profesionales que trabajan con gran pasión y con un vasto conocimiento sobre fruta y verdura y sobre su cultivo. Ellos pueden y deben transmitir lo que saben a sus clientes, ya que sólo conociendo bien el producto podremos ofrecerlo e informar adecuadamente al consumidor. Por eso, en SanLucar invertimos en la formación continua y especializada del personal en el punto de venta.

Por este motivo, viajamos varias veces al año con diversos grupos de vendedores de fruta y verdura a las zonas de cultivo correspondientes, con el fin de iniciarles en los secretos del cultivo de la mejor fruta y verdura, ya sean las uvas del sur de Italia, las clementinas de España o las manzanas de la Estira austriaca. Estos viajes de formación son una excelente herramienta formativa para el personal de las tiendas. También es una manera de inculcar la filosofía y los valores de SanLucar a nuestros partners y crear vínculos entre productores y vendedores. Desde 2005 más de 1.000 trabajadores de supermercados austriacos y alemanes han podido visitar algunos de nuestros más antiguos productores, como Fresafloer en Huelva o Giuliano en Italia. En la campaña 2011/2012, realizamos los siguientes viajes de formación:

Cuándo	Quién	Dónde
12.-16.07.2011	Fresafloer (ES)	Colonia, Ettlingen, Munich (Alemania)
19.-21.07.2011	Merkur (AT)	Giuliano, Bari
17.-20.08.2011	Doego (DE)	Giuliano, Bari
17.-19.10.2011	Rewe Richrath (DE)	Gössl, Steiermark
19.-21.10.2011	Scheck-In (DE)	Gössl, Steiermark
13.-15.11.2011	Merkur (AT)	Llugar, Castellón / Valencia
20.-22.11.2011	Dornseifer (DE)	Llugar, Castellón / Valencia
27.-29.11.2011	Billa (AT)	Llugar, Castellón / Valencia
15.-17.03.2012	Wasgau (DE)	Fresafloer, Huelva
20.-22.04.2012	Edeka(DE)	Fresafloer, Huelva
20.-22.05.2012	Adeg (AT)	Fresafloer, Huelva

Estamos seguros de que este método de instrucción interna es una importante aportación para que la venta de fruta y verdura obtenga un papel mayor y con más peso, ya que son los vendedores motivados y convenientemente formados los que mejor pueden informar al consumidor final y ofrecerles una valoración correcta del alimento. El feedback que recibimos es muy positivo y nos demuestra que vamos por el buen camino:

»He podido ilustrar las imágenes de las plantaciones y parte de nuestros promotores ya se han puesto en marcha y les están explicando a clientes y colaboradores el valor añadido que ofrece SanLucar. ¡El programa tiene éxito!...«

Christian Deisenroth (Wasgau)

»Estamos convencidos de que este viaje motivará a todos los participantes otra vez para involucrarse aún más en nuestro Test...«

Bernhard Schnitzer (Edeka-Testmärkte)

»Un programa tan interesante, bien planeado, orientado a todos los públicos, que está atendido por profesionales y en el que no ocurre ninguna incidencia, merece todo tipo de respeto y alabanzas y representa excelentemente la filosofía SanLucar...«

Roland Bartel (REWE International AG, jefe de grupo, Category Management Obst & Gemüse ADEG).



José Luis Jiménez, agricultor de verdura en Almería

## 7. La naturaleza, nuestro principal socio



- En armonía con la naturaleza
- Protección de la atmósfera
- Packaging innovador
- Green office

La sostenibilidad ambiental no es sólo un eslogan para SanLucar. Desde el primer momento, SanLucar tiene el medio ambiente en cuenta al escoger aquellos climas y tierras que suponen una minimización en el consumo de recursos naturales y las mejores condiciones para el desarrollo de las plantas. Para nosotros la Naturaleza es un socio indispensable que debemos cuidar, respetar y mimar durante todo el proceso de crecimiento y desarrollo de nuestras frutas y verduras, para obtener el sabor y la calidad que nos gusta ofrecer a nuestros clientes.

## 7.1 En armonía con la naturaleza

El uso de las nuevas tecnologías para el ahorro de recursos (eficiencia), la aplicación de prácticas agrícolas sostenibles, la implantación de medidas para la protección de los ecosistemas naturales o los sistemas de gestión del reciclaje desempeñan un papel importante en la aplicación de nuestra política ambiental.



El medio ambiente en nuestra cadena de valor

Cada zona geográfica del planeta aporta determinadas características climáticas y edafológicas que influyen en el desarrollo de la planta, el gasto energético y sus necesidades nutricionales en cada momento, con lo que podríamos decir que la garantía de éxito de nuestros programas de alta calidad está basada en buena parte en la correcta elección de la zona de cultivo, que es en realidad el primer paso para una producción sostenible tanto desde el punto de vista ecológico como económico, dado que supone la optimización de los recursos naturales y la reducción de sustancias químicas. La producción SanLucar tiene en cuenta las necesidades reales de las plantas y la forma natural de responder a dichas necesidades aprovechando las sinergias de la naturaleza, con máximo respeto al medio ambiente.

Así, el trabajo conjunto desde la selección de las variedades y la definición de todos los procesos del sistema de producción, sus controles y la calidad esperada en cada uno de ellos, supone un gran trabajo de gestión que sólo está al alcance de los verdaderos expertos en fruta y verdura. Los verdaderos gestores medioambientales son nuestros agricultores junto con nuestros técnicos conocedores del comportamiento de la naturaleza.

Estamos desarrollando diferentes acciones en nuestra cadena de valor que sustenta nuestro compromiso de sostenibilidad:

### 1. Agua: Minimizar el consumo

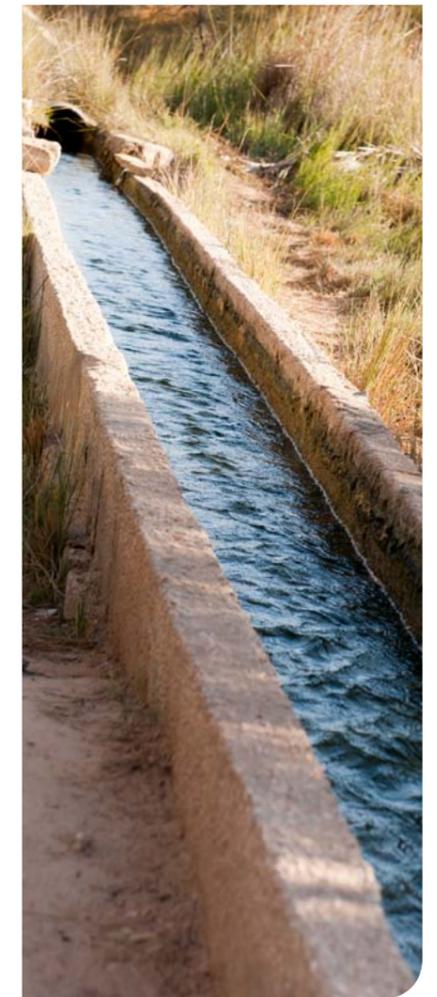
- El riego de nuestros campos se lleva a cabo mediante sistemas eficaces que minimizan el consumo del bien más preciado que nos ofrece la naturaleza, el agua:
  - Reciclaje del agua en los sistemas de drenaje.
  - Riego localizado en nuestras plantaciones.
  - Aprovechamiento del agua de lluvia.
- En nuestras plantaciones, hemos instalado sensores de humedad para optimizar el riego y la fertilización, reduciendo al máximo las pérdidas por lixiviación.
- El manejo de los datos climáticos (ejemplo Giuliano) también nos permite optimizar el riego.
- Hemos instalado mallas anti hierba en nuestras parcelas de cítricos, con el objetivo de reducir la evaporación del agua de riego y aumentar la superficie mojada manteniendo la humedad y el calor, mejorando de este modo el desarrollo del sistema radicular y reduciendo el consumo de agua y fertilizantes. El aprovechamiento se mejora en un 20% aproximadamente.

### 2. Suelo: Mantener la estructura y la vida del suelo

- Prácticas de no laboreo para no romper la estructura del suelo y reducir la erosión.
- Mantener las curvas de nivel del terreno para evitar el desgaste del suelo por el arrastre de la lluvia y minimizar el impacto.
- Trituración del material vegetal de la poda. Aumenta el material orgánico en el suelo y mejora su estructura.

### 3. Emisiones: Minimizar la emisión de gases de efecto invernadero

- Cálculo de la huella de carbono de nuestros productos para un mejor conocimiento de nuestro impacto y la optimización de nuestros procesos. Sólo así podemos encontrar soluciones concretas. Estamos calculando ahora mismo la huella de carbono de nuestros limones de Murcia con una empresa consultora. Nuestro objetivo es reducir directamente la emisión de carbono durante toda la cadena de valor del limón y lanzar proyectos de compensación de CO<sub>2</sub> en nuestros países de producción.
- Innovación en packaging: Embalajes de cartón ondulado más ligero y ecológico, nuestra Light Weight Box®



#### 4. Energía: Minimizar el consumo de energía y combustibles y optar por las energías renovables

- Túnez: auditoría energética en 2011/2012 para poder aplicar medidas de mejora concretas. Aprovechamiento de la energía geotérmica.
- España: formación para los empleados en conducción eficiente para ahorrar carburantes. A partir del septiembre 2012 contamos con una plataforma online de Carpooling.
- Innovación en packaging: Reducción del peso y volumen del embalaje para aumentar la cantidad de cajas por camión y reducir el consumo de carburantes.
- En plantaciones de cítricos: renovación progresiva del parque de maquinaria para reducir el consumo de carburantes.

#### 5. Proteger los cultivos

- Reducción continua y paulatina del uso de plaguicidas, minimizando el número de tratamientos y descartando los productos más peligrosos para el medio ambiente. Utilización de productos específicos contra la plaga.
  - Optimización de la eficacia y cantidad de los tratamientos. Se puede mejorar en un 30% mediante métodos de aplicación calibrados, obteniendo un nivel menor de residuos en el producto final.
  - I+D+i: Finca experimental de limones en Murcia bajo el protocolo creado por SanLucar de residuo cero en limón, iniciado en el año 2009 y tras la valorización de los resultados en las campañas 2009/2010 y 2010/2011 se decide ampliar el número de hectáreas bajo este protocolo ya que los resultados obtenidos han sido satisfactorios en cuanto a la calidad final del producto.
- El objetivo del protocolo es «no aplicar productos químicos», excepto en casos de ataques masivos de algunas de las plagas más comunes en limón.
- Residuo »0«: En 2011/2012 hemos aumentado la producción bajo el protocolo »0« residuos, manteniendo nuestra calidad externa. Para conseguir nuestros productos con cero residuos nos basamos en lo siguiente:

- Dominio de las curvas de disipación de todas las materias activas permitidas en el cultivo de cítricos, para conseguir acotar los tratamientos químicos. Únicamente cuando existe la amenaza de una pérdida importante de la cosecha, se recurre a un tratamiento, pero siempre en las cantidades estrictamente necesarias, debidamente controladas para que resulten inocuas. Ésta no es sólo una condición necesaria para una cosecha sana, sino que también ayuda a nuestros agricultores.



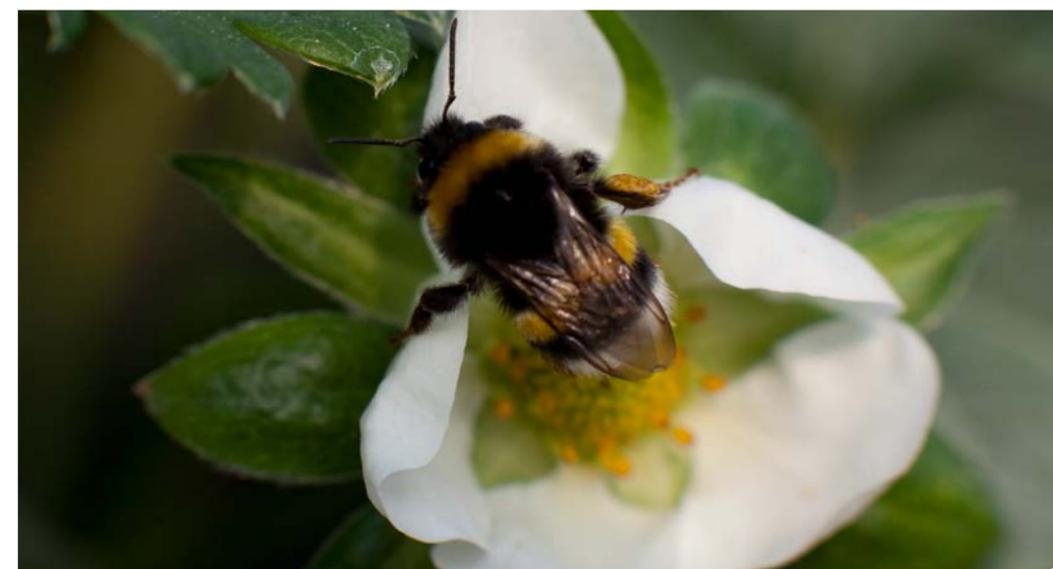
- Utilización de métodos de control biotécnico: Capturas masivas, trampas de confusión sexual, productos naturales, manejo de poda, riego y abonado, suelta de fauna útil para combatir la plaga.
- I+D+i: desarrollo de estudios en nuestras propias parcelas de ensayo, para la prueba de nuevos productos biológicos, encaminados a la reducción de las aplicaciones químicas en nuestras frutas y verduras.

#### 6. Reciclaje: Minimizar y gestionar adecuadamente nuestros residuos

- Reciclaje y valorización de los subproductos generados en nuestros procesos productivos a través de gestores autorizados.
- Cuidamos nuestro entorno con una mejor comprensión de nuestro impacto ambiental en la oficina (selección y reciclaje, medidas para reducir el consumo de papel y energía).

#### 7. Proteger la biodiversidad

- Con nuestros proyectos de residuos cero y mediante la minimización del uso de tratamientos químicos protegemos la biodiversidad de nuestros ecosistemas. En la naturaleza se encuentran de forma natural insectos beneficiosos que ayudan al control de aquellos que son considerados una plaga, ya que transmiten enfermedades a las plantaciones o graves afecciones que ponen en peligro la calidad de la producción e incluso suponen la pérdida total del cultivo.
- Un sistema de producción bien planificado y respetuoso con la fauna natural, el medio ambiente y la salud de los trabajadores, comunidades locales y consumidores, se basa en el uso prioritario de los insectos beneficiosos. Sólo cuando estos no son capaces de controlar una plaga, se utilizarán productos alternativos que sólo son agresivos para los insectos dañinos y en cantidades mínimas que a lo largo del proceso de crecimiento de las plantas desaparezcan por completo.



## Charlamos con Carmen Nicolás, Directora de Calidad y Producción de SanLucar

### ¿Qué significa Calidad para SanLucar y para ti como Production and Quality Director?

Calidad significa satisfacción total con respecto a los requerimientos de cada uno de nuestros clientes, basada siempre en una excelente calidad interna (garantía de sabor), garantía de frescura, un aspecto externo diferenciado, un packaging que mantenga las cualidades del producto y que lo haga atractivo a la venta, y al cuidado de los aspectos ambientales y sociales en todo el ciclo del producto, desde la plantación hasta el punto de venta.

### ¿Cómo se distingue un producto SanLucar de otro que no lo es? ¿Qué nos diferencia de la competencia?

Nos distingue el desarrollo y selección varietal en el punto de recolección, la exclusiva selección de calidad externa y el mimo en la presentación del producto.

### ¿Cómo asegura SanLucar un control de su cadena de valor?

Controlando el proceso en cada uno de los puntos que conforman la cadena de valor a través de nuestros técnicos especialistas. Para nosotros, no sólo es importante un ok final, sino también un ok parcial en cada fase, y por eso, invertimos tiempo y esfuerzo en este control, para velar por la seguridad del producto.

Hay algunas empresas del sector que actúan como «policias» con su cadena de valor... Otras prefieren mantener una buena relación a cualquier precio... ¿Cuál dirías que es el estilo de SanLucar y de sus técnicos de Calidad para asegurar el mejor producto y la máxima garantía de calidad?

**»NUESTROS AGRICULTORES SON PARTNER DE LARGO RECORRIDO.«**



Hemos de mantener una excelente relación para conseguir lo que identificamos como correcto, es decir, nuestros requisitos de calidad. Nuestros agricultores son Partner de largo recorrido. Con ellos, hemos construido una relación de confianza.

Nos ponemos a su servicio y no enfrentados a ellos.

**El año 2011 fue un año difícil para el sector agrícola, ¿qué supuso la alarma del EHEC para el departamento de Calidad? ¿Se pudieron ver los resultados de una ardua tarea para asegurar la seguridad alimentaria y también de un sistema de control y trazabilidad adecuados?**

Sin duda fue una oportunidad que nos permitió reafirmarnos en que nuestro sistema era 100% confiable.

En menos de 4 días teníamos a disposición de todos nuestros clientes analíticas, sistemas de seguimiento y garantías de que toda la mercancía tanto en destino como en tránsito era segura en términos de seguridad alimentaria, y hablamos de 80 referencias de producto en 400 productores de 35 países.

**SanLucar apuesta por la innovación pero sin perder de vista la tradición. ¿Qué significa esto, desde tu punto de vista?**

Significa que innovamos en lo que se refiere a materiales vegetales, vida comercial o características del producto, sistemas de producción del cultivo que minimicen los impactos del clima aumentando la seguridad y la garantía de

suministro, pero seguimos apostando por hacer una recolección diferenciada en el momento justo y por un sistema de selección con poca tecnología.

### ¿Cuáles serían los principales proyectos del departamento de Calidad en esta campaña 2011/2012?

El sello de Calidad SanLucar, la certificación corporativa, el proyecto cero residuos, ampliándolo a toda la gama de cítricos SanLucar y el proyecto Huella de Carbono.

### Con vistas al futuro inmediato, ¿qué proyectos hay planificados para la próxima campaña?

Terminar de acceder a una variedad de limón seedless (sin semillas).

Montar un campo de ensayos para todas nuestras Berries que incluya técnicas de cultivo, no sólo varietal. El objetivo es optimizar el cultivo disminuyendo nuestro impacto y aumentando la eficiencia.

Probar un sistema de recubrimiento de techo retráctil para maximizar el factor clima-protección. Cuando el clima es bueno, aprovecharlo y cuando sea adverso, protegerse.



## 7.2 Protección de la atmósfera

Además de las mejoras en nuestros cultivos y medidas de innovación en packaging, otro hecho destacable en cuanto a protección atmosférica es la optimización de nuestro sistema logístico.

Mediante nuestro centro logístico de Ettlingen, inaugurado en 2011, se maximiza el control sobre el grado de llenado del camión, lo que supone una disminución de los puntos de descarga de los transportistas en sus rutas, al llevar un mayor número de pallets de un mismo proveedor en los casos de grupaje. Asimismo, se pueden disminuir los grupajes y apostar por un sistema de transporte más controlado.

Además, nuestro sistema de refrigeración en Ettlingen no utiliza gases refrigerantes fluorados, sino agua, lo que redundará en una disminución del efecto sobre el

calentamiento global y un aumento de la protección de nuestra capa de ozono. Por otro lado, para el mejor entendimiento de nuestros procesos y la disminución de nuestra huella ecológica y nuestro impacto ambiental, SanLucar está desarrollando un proyecto piloto de **cálculo y compensación de la huella de carbono** en base a estándares habituales (PAS2050), comenzando con nuestro limón SanLucar.

## 7.3 Packaging innovador

SanLucar cuenta con un departamento compuesto por profesionales especializados en el desarrollo e innovación de nuevos envases y con gran conocimiento en materiales para su producción.

El compromiso de SanLucar con el medio ambiente nos ha llevado a desarrollar proyectos de disminución de nuestra huella ecológica para conseguir un menor impacto medioambiental en la producción global de SanLucar.

### Embalajes de cartón ondulado más ligeros y ecológicos

#### La caja Light Weight Box®:

- es entre un 5 y un 15% más ligera, ya que utiliza un papel de máxima calidad, originario de la madera de abedul que pese a su ligereza, es extremadamente resistente;
- se produce con madera certificada según el estándar PEFC, ya que proviene de bosques suecos gestionados de forma sostenible, destinados a la producción de pasta de papel;
- necesita menor cantidad de recursos naturales: la Light Weight Box® tiene cabida para el mismo volumen de producto, siendo inferior tanto su peso específico como la cantidad de papel necesaria para la producción. De esta forma, se reduce tanto la materia prima necesaria, como el volumen de residuos generados por caja;
- utiliza menos sustancias químicas: para imprimir la Light Weight Box® se usa únicamente una tinta, reduciendo el impacto ambiental. El tono beige orgánico y natural de la caja, acorde con la identidad corporativa de SanLucar, sólo requiere la aplicación de una tinta para su impresión, evitando así el consiguiente impacto ambiental;
- disminuye la huella de carbono: la reducción de peso por caja reduce las emisiones necesarias de CO<sub>2</sub> para efectuar el transporte.



Todo esto supone un ahorro de 3,7 mg de CO<sub>2</sub> por cada caja que transportamos si tenemos en cuenta únicamente las emisiones directas debidas al transporte. Quizá estos datos pueden parecer intrascendentes, pero cuando hablamos de una sola campaña de cítricos de España de SanLucar, esos 3,7 mg se convierten en 14.195 kg de CO<sub>2</sub>. Imaginemos lo que podemos conseguir con nuestro consumo anual de cajas que superan los 11 millones de envases.

La introducción de esta caja en nuestro stock se está haciendo de forma progresiva hasta alcanzar en 2014 los 8,5 millones de unidades, es decir, un 75% del total de cajas utilizadas en SanLucar.

### Programa de reducción del plástico de nuestros envases primarios

En la próxima campaña comenzamos con la implantación de nuestro programa de reducción de materiales fósiles en la aplicación de elementos de embalaje como tarrinas de plástico, pasando a ser estos de cartón ondulado, un material 100% reciclable y compostable.

Si consideramos un consumo medio de unos 8 millones de contenedores plásticos, podemos conseguir una reducción de consumo de aproximadamente 200 toneladas al año de materiales plásticos. En un año esperamos haber alcanzado el 85% de esta cifra.

Esto es un trabajo continuo de desarrollo e innovación, ya que no perdemos de vista el principal objetivo: la máxima calidad del envase para la protección, conservación y cuidado del producto a través de la cadena de distribución hasta su entrega al consumidor.



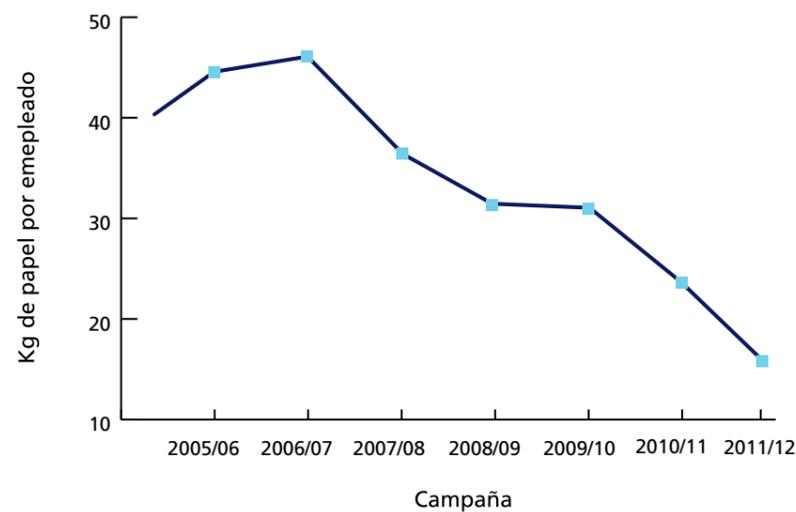
## 7.4 Green office

Los departamentos de Office Management, IT, Mantenimiento y CR hemos dado vida en 2011 al proyecto »Green Office«, con el compromiso de alcanzar en 2015 una »oficina verde«. Para ello, hemos establecido 5 objetivos:

### Objetivo 1: Minimizar el consumo de papel

Desde 2008 SanLucar ha reducido continuamente su consumo de papel. Sobre todo por la implantación de nuevas tecnologías en el área de IT. Así, casi todas las mesas tienen dos monitores para facilitar el trabajo sin papel, los faxes no se imprimen automáticamente sino que están guardados directamente en el sistema AX, y las expediciones no están archivadas en formato de papel sino digitalmente en AX.

El resultado es positivo: ¡Hemos reducido el consumo de papel desde la campaña de 2006/2007 en un 56% por empleado!



Histórico del consumo de papel por actividades administrativas en SanLucar, Puzol.

No obstante, a finales de cada semana se recogen todavía unas 80 hojas sin dueño de las impresoras en la oficina. Nuestro objetivo final es que no se imprima más que lo estrictamente necesario y que no haya ninguna hoja »huérfana« en las impresoras. Para ello, queremos que el 100% de los empleados de SanLucar utilice las funciones de la impresión segura y a doble cara, y que se conciencien de lo que significa realmente el uso indiscriminado del papel.

### Objetivo 2: Aumentar la cuota de reciclaje

El día 5 de junio de 2011 (día mundial del medio ambiente), dimos el pistoletazo de salida oficial para la separación total de residuos en la central. Para ello hemos dispuesto de las instalaciones necesarias en diversos lugares en la oficina, esto es, contenedores y cubos de distintas formas, capacidades y colores para que los SanLucanos puedan separar los envases y embalajes de plástico, el vidrio, la basura orgánica, el papel de las impresoras, los envases de papel/cartón y las pilas usadas que se generan como consecuencia de nuestra actividad diaria.

SanLucar vela por el correcto reciclaje de todos estos residuos a través de la colaboración con los sistemas integrados de gestión de residuos, como Ecopilas.

Además, coincidiendo con el traslado de nuestra plataforma intermedia a La Vall d'Uixó, hemos comenzado también con el reciclaje total de nuestros residuos de almacén: cartón, madera, plástico film, flejes y cantoneras son separados y reciclados a través de una empresa gestora.

### Objetivo 3. Materiales más ecológicos

Poco a poco, diferentes artículos están siendo sustituidos por artículos de ECO-LINES de diferentes fabricantes o por alternativas no contaminantes.

Por otro lado, la reducción en el consumo de tóner y otros consumibles (DVD, CD) es también algo en lo que estamos trabajando.

### Objetivo 4. Minimizar el consumo de energía

Para el uso del aire acondicionado y la calefacción, también tenemos en cuenta el impacto medioambiental. Así, en los días calurosos la ponemos a 25° como temperatura más baja y en los días más fríos de invierno la mantenemos a 21°. En los días no demasiado calurosos o fríos utilizamos la ventilación y climatización natural. Por otro lado, observamos un potencial enorme de reducción con la optimización progresiva de las infraestructuras de sistemas (IT). Alargar la vida de los equipos y la compra de equipos más eficientes nos permite un ahorro exponencial en nuestra factura de la luz.

Además, SanLucar promueve y facilita las buenas prácticas ambientales para el ahorro de energía, como el apagado de ordenadores y pantallas al abandonar el puesto de trabajo por un periodo mayor a 3 horas, el uso del modo de ahorro de energía y por supuesto: ¡el último que apague la luz!

Por último, para el planteamiento de futuras reformas, nos apoyamos en las tecnologías de domótica y arquitectura bioclimática (iluminación sectorizada, detectores de presencia, etc.).

### Objetivo 5: Promover una cultura ambiental

Todos los objetivos del proyecto Green Office han de apoyarse sobre una base de sensibilización ambiental, para que el SanLucano entienda la importancia que tienen los pequeños gestos diarios sobre el medio ambiente y sobre nuestras futuras generaciones.

Así, mediante jornadas, charlas, carteles y artículos internos, estamos trabajando en transmitir este mensaje eficazmente.





## Anexos



- Tabla de indicadores GRI 92
- Informe del progreso 113
- Datos corporativos 115
- Contactos 120
- Certificados 121
- Glosario 122

## Anexo 1. Tabla de indicadores GRI

ÁREA RESPONSABLE	INDICADORES		RESULTADO CAMPAÑA 2011/2012 O LOCALIZACIÓN EN LA MEMORIA
	CÓDIGO	DEFINICIÓN	
<b>INDICADORES GENERALES</b>			
Consejo Ejecutivo	1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	Presentación Stephan Rötzer, Carta del presidente
	1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	SanLucar dispone de un sistema de gestión del riesgo que evalúa y pretende mitigar los riesgos a los que se somete la organización. Existen riesgos asociados a la comercialización, riesgos legales, riesgos reputacionales y riesgos relativos al marco-país (por ejemplo, conflicto político). Por cada riesgo, existe asimismo una oportunidad, enfocando nuestra gestión a la mejora continua. Ver capítulo 2.5
	2.1	Nombre de la organización.	SanLucar Fruit, S.L., perteneciente al Grupo Empresarial SanLucar Fruit S.L.
Marca	2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Marca SanLucar Otras: Sunnyboy, Sunnyberries, Clemenred Capítulo 1
Recursos Humanos	2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	Capítulo 1.4
	2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Serra Llarga 24. 46530 Puzol
Recursos, Calidad y Organización Comercial	2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	Capítulo 1.2
Legal	2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	SanLucar Fruit S.L.
Organización Comercial	2.7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	Capítulos 1 y 6

Recursos Humanos y Finanzas	2.8	Dimensiones de la organización informante.	Capítulo 1 y 3, y Anexo 3.
Consejo Ejecutivo	2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	Reorganización de los departamentos y áreas de SanLucar, compra de la finca en Sudáfrica en marzo de 2012 y traslado de almacén de Puzol a Vall d'Uixó (Castellón) en mayo de 2012.
Todos los departamentos	2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	Premio FIPA Awards 2012 (Túnez) Reconocimiento de ENGAGE y tercera posición en Premios Codespa.
CR	3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	Campaña 2011/2012 (año fiscal desde julio de 2011 a junio de 2012).
	3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiese).	Publicación en septiembre de 2011.
	3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Por campaña anual.
	3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	Anexo 4. Contactos.
	3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	Diversidad: la base para una estabilidad duradera (prefacio).
	3.6	Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).	SanLucar Fruit S.L., SanLucar Deutschland GmbH, SanLucar Import GmbH, SanLucar Vertrieb, SanLucar Obst und Gemüse Handels GmbH, SanLucar Portugal Sociedade Unipessoal LDA und Cinqüème Saison SA.
	3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	Existen actividades que sólo se realizan en SanLucar Fruit, S.L. e indicadores no aplicables.
	3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	La información contenida en este informe se refiere fundamentalmente a SanLucar Fruit S.L., SanLucar Deutschland GmbH, SanLucar Import GmbH, SanLucar Vertrieb, SanLucar Obst und Gemüse, Handels GmbH, SanLucar Portugal Sociedade Unipessoal LDA, Cinqüème Saison SA.

CR	3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	Los cálculos de los indicadores se realizan bajo metodologías en base a nuestro sistema de gestión interno y el protocolo de Global Reporting Initiative internacionalmente aceptadas.
	3.10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).	No aplicable, puesto que es el primer año que se aplica a esta Memoria la metodología GRI.
	3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	
	3.12	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	Índice de la Memoria y tabla Anexo 1.
	3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye en el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	Esta Memoria ha sido autoverificada conforme al estándar GRI en su versión 3.1, y autodeclaramos un nivel de aplicación A.
Área de Recursos	4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como: la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	SanLucar ha desarrollado un Plan Estratégico en el que se definen los objetivos estratégicos de la compañía. El máximo órgano de gobierno es el Consejo Ejecutivo, formado por Stephan Rötzer, Carlos Seguí, Jorge Peris, Santiago Galán y Jaime Olleros (Asesor Externo).  Asimismo, existe un Comité de Dirección que se reúne con periodicidad mínima anual y tiene una labor consultiva e informativa.

Área de Recursos	4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	Stephan Rötzer es CEO, fundador y Presidente de SanLucar.
	4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número y sexo de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Ver Indicador 4.1  Ver Anexo 3 de la Memoria - datos sobre empleados - Composición del Comité Ejecutivo y el Comité de Dirección.
CR	4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Para los empleados existen multitud de mecanismos en la central: buzón de sugerencias SA8000, RRHH, CIA, representante de los trabajadores. En el resto de empresas nos encontramos en fase de implantación de estos mismos mecanismos.
Área de Recursos	4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	Este aspecto se incluirá en el Plan Estratégico que se está elaborando.
	4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	
	4.7	Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluyendo todas las consideraciones de sexo u otros indicadores de diversidad.	
CR	4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	Capítulo 2.2 SanLucar dispone asimismo de una política integrada desde 2011, que integra aspectos de RRHH, Calidad, CR, Medio Ambiente y Sostenibilidad.

Área de Recursos	4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como, la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Elaboración y aprobación de la Memoria CR anual. La alta dirección aprueba la Política de la Empresa y revisa el sistema integrado de gestión.
	4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial, con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	Este aspecto se incluirá en el Plan Estratégico que se está elaborando.
Comité Riesgos	4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Capítulo 2.5 Gestión del riesgo. El Sistema integrado de gestión de SanLucar establece los mecanismos para una excelencia en la gestión basada en la previsión y la mejora continua.
CR	4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como, cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Firma del Pacto Mundial; firma de Charter de Diversidad Capítulos 2.4 y 5
CR y Recursos	4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	Capítulo 2.4 -> ¡SanLucar se mueve! Capítulo 5.1 ¡SanLucar se involucra!
CR	4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	SanLucar realizó un análisis de Stakeholders en julio de 2010, que revisó y mejoró en el Workshop con UPJ en abril de 2012. Asimismo, planificamos y archivamos las actas del diálogo con los stakeholders incluidas en nuestro sistema de gestión SA8000 Ver Prefacio y Capítulo 2.3
	4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	
	4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	Capítulo 2.3 -> La teoría »de dentro a fuera« Capítulo 3. -> Stakeholder: Empleados Capítulo 4. -> Stakeholder: Agricultores Capítulo 5. -> Stakeholder: Comunidades locales Capítulo 6. -> Stakeholder: Clientes y consumidores Capítulo 7. -> Stakeholder: Medio Ambiente

CR	4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	Capítulo 2.3 -> La teoría »de dentro a fuera« Capítulo 3. -> Stakeholder: Empleados Capítulo 4. -> Stakeholder: Agricultores Capítulo 5. -> Stakeholder: Comunidades locales Capítulo 6. -> Stakeholder: Clientes y consumidores Capítulo 7. -> Stakeholder: Medio Ambiente
----	------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ÁREA RESPONSABLE	INDICADORES		RESULTADO CAMPAÑA 2011/2012 O LOCALIZACIÓN EN LA MEMORIA
	CÓDIGO	DEFINICIÓN	
<b>INDICADORES ECONÓMICOS</b>			
Finanzas	EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad. Beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Ver Anexo 3.
CR	EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Medición de la huella de carbono de nuestros productos, empezando con el limón. Nos pueden afectar cambios en el sistema climático o en los patrones meteorológicos, incluyendo los siguientes riesgos: fenómenos tormentosos, temperatura ambiente, disponibilidad de agua, impactos sobre la mano de obra tales como efectos sobre la salud o la necesidad de reubicar la producción. Todos estos riesgos se tienen en cuenta en el sistema de gestión del riesgo de SanLucar.
Recursos Humanos	EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Planes de pensiones, primas de escolaridad, seguro médico y otros beneficios sociales para los empleados.  Ver Capítulo 3. y 5.3
Finanzas y Legal	EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Subvenciones de Administraciones Públicas Por el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, Secretaría de Estado de Igualdad para la implantación del Plan de Igualdad -> 7.740 Euros Por el IVEX (Instituto Valenciano de la Exportación) y la Consellería de Agricultura, Pesca y Alimentación para el Apoyo a la exportación y a la implementación de las marcas a nivel internacional -> 90.430,72 Euros
Recursos Humanos	EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	SanLucar se basa en las tablas salariales del convenio colectivo, y en caso de no existir, en el salario interprofesional del país de referencia. Para acceder a personal cualificado, SanLucar ofrece un sueldo por encima del salario de referencia.

Área Recursos y SanLucar Internacional	EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	<p>La empresa tiene establecidas especificaciones de calidad de frutas y verduras realiza la compra de frutas y verduras en 34 países diferentes, a proveedores homologados según nuestros criterios. La contratación de proveedores se basa en el cumplimiento de nuestras especificaciones y en nuestro principio de garantía de suministro de este nivel de calidad.</p> <p>La compra de suministros para el funcionamiento de la infraestructura y las explotaciones de producción se realiza a nivel nacional de cada país, teniendo en cuenta la relación calidad/precio.</p> <p>Se prioriza la compra local siempre que exista disponibilidad y el precio sea coherente. Este hecho se especifica en la política de empresa.</p>
Recursos Humanos	EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	<p>SanLucar prioriza siempre la contratación local y fomenta el intercambio cultural y la diversidad. Prácticamente la totalidad de los Directivos son contratados localmente.</p> <p>Capítulo 3. - Creciendo juntos</p>
Área de Recursos y SanLucar Internacional	EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	<p>Ver Anexo 3. y Capítulo 5.</p> <p>En Túnez, más del 4% de las inversiones totales se ha destinado a la inversión responsable. Las inversiones en la mejora de la infraestructura y servicios prestados a los empleados y a la comunidad local se realizaron como parte de la política social de la empresa.</p>
Área de Recursos	EC9	Comprensión y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	<p>Para los proyectos de producción, SanLucar realiza un business plan que contempla los impactos económicos.</p> <p>Asimismo, a través de la medición de las consecuencias económicas con nuestro sistema de gestión del riesgo hacemos un primer acercamiento al impacto económico indirecto.</p> <p>Positivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de empleo en la región.</li> <li>- Inversión extranjera.</li> <li>- Exportación (entrada de divisas).</li> <li>- Impuestos corporativos.</li> </ul> <p>Negativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En el caso que lo detectemos aplicamos medidas para convertirlo en un impacto indirecto positivo.</li> </ul>

ÁREA RESPONSABLE	INDICADORES		RESULTADO CAMPAÑA 2011/2012 O LOCALIZACIÓN EN LA MEMORIA
	CÓDIGO	DEFINICIÓN	
<b>INDICADORES AMBIENTALES</b>			
Packaging y Controlling	EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Ver Anexo 3.
	EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Ver Anexo 3. Los materiales que van a los supermercados son valorizados mediante sus sistemas específicos de gestión, y el material que va a consumidor (aprox. un 20% del total utilizado) se recicla en su mayor parte, según estudios sobre el consumo en Alemania y Austria (nuestros principales mercados) si bien no disponemos de datos exactos ni tenemos control sobre ello.
Finanzas y responsables de las instalaciones en central y filiales	EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	<p>SanLucar Fruit -&gt; 427.159 kWh.  SanLucar Austria -&gt; 430.003,76 kWh.  Alemania: Energía eléctrica de 01.01.2012 a 30.06.2012 en Ettlingen: 427.440 kWh  Consumo de gas de 01.01.2012 a 30.06.2012 en Ettlingen 25.543 m<sup>3</sup>  Túnez: 768 TEP (tonelada de petróleo equivalente)/ año de energía.  Gas (toneladas/año o Nm<sup>3</sup>/año) 700 kg/año (únicamente para comedores).  Gas CO<sub>2</sub> (utilizado para el cultivo) 2.353 toneladas/año.</p> <p>No se ha realizado hasta la fecha un inventario corporativo de emisiones de gases de efecto invernadero.</p>
	EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	
	EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	
	EN17	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	
Todos los departamentos	EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	En 2011 se realizó por primera vez una auditoria energética en Túnez.
	EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	Ver capítulo 7. - en armonía con la naturaleza.

Área de Recursos y Dpto. de Logística	EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	<p>SanLucar prioriza el uso de teleconferencias y videoconferencias para el ahorro de costes y desplazamientos, y con ello, la reducción de nuestra huella de carbono global.</p> <p>Asimismo, la política de viajes de SanLucar establece que, cuando varios colegas se desplazan al mismo lugar, ya sea para reuniones comunes o independientes, se fomenta el carpooling, es decir, compartir coche. Además, los empleados son informados de las posibilidades de transporte público local y regional, y se prioriza el tren al avión. Para los vuelos se intenta minimizar el número de escalas. En cuanto al alojamiento, se intenta que los hoteles y restaurantes sean cercanos al lugar donde tiene lugar la reunión y se informa al viajero de las posibilidades por la zona para evitar en la medida de lo posible desplazamientos inútiles.</p> <p>Asimismo, nuestro nuevo Sistema de Carpooling supondrá un ahorro importante de emisiones en los desplazamientos al lugar de trabajo.</p> <p>Para el transporte de mercancía, contratamos servicios de transporte que tienen iniciativas de reducción de energía.</p> <p>Ver Capítulo 7 .</p>
Finanzas y responsables de las instalaciones en central y filiales	EN8	Captación total de agua por fuentes de consumo de agua.	<p>Consumo de agua en SanLucar Fruit -&gt;2.618 m<sup>3</sup></p> <p>Consumo de agua en Ettlingen del 01.01.al 30.06.2012 -&gt;559 m<sup>3</sup></p> <p>Consumo de agua para en Túnez -&gt;101.185 m<sup>3</sup>/año principalmente para irrigación</p> <p>Ver Capítulo 7.</p>
Calidad y SanLucar Internacional	EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la toma de agua.	<p>En Túnez se ha realizado un estudio de impacto ambiental completo que especifica las condiciones idóneas para asegurar la sostenibilidad, como por ejemplo del aprovechamiento del acuífero.</p> <p>En el resto de países y actividades, no aplica.</p>
	EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	<p>El agua reciclada (agua de drenaje) representa el 30% del total de agua de riego en Túnez. La superficie sobre la que se aplica es 21 ha (casi 50% de la superficie total.)</p> <p>Asimismo, muchos de nuestros productores recirculan también el agua de drenaje - Aprovechamiento pluvial con la canalización de los tejados de los invernaderos conduciendo el agua a embalses para su reutilización en riego.</p>

	EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	<p>Nuestra finca de Portugal, dedicada fundamentalmente al estudio de variedades se encuentra ubicada dentro del área correspondiente al Parque Natural del Suroeste Alentejano y Costa Vicentina, con una extensión total de 110 km, en un área total de 74 414,89 hectáreas, correspondiendo al área terrestre 56 952,79 ha y al área marina adyacente 17 461,21 ha.</p> <p>A lo largo del parque se da una mezcla de vegetación mediterránea, atlántica y africana, con predominio de la primera. Hay cerca de 750 especies, de las cuales más de 100 son endemismos, raras o localizadas; 12 no existen en ningún lugar del mundo. En el área del parque se encuentran especies consideradas vulnerables en Portugal, así como, también diversas especies protegidas en Europa.</p> <p>La Finca son 22ha en Herdade da Bica, 7630-736 Zambujeira do Mar, Portugal. Esta zona ha tenido, no obstante, un uso tradicional agrícola. Para velar por el cuidado del entorno, el equipo tiene especial atención a la minimización del impacto ambiental.</p>
CR	EN12	Descripción de los impactos más significativos sobre la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	<p>SanLucar no supone una amenaza para las especies incluidas en la Lista Roja de la IUCN (International Union for Conservation of Nature) y en listados nacionales, ya que nuestras actividades se realizan conforme a los estándares de Global G.A.P. y procedimientos adicionales para asegurar la minimización del impacto, con mayor atención a los hábitats protegidos. Ver indicador EN11 y EN13.</p> <p>Ver capítulo 7.1</p>
	EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	<p>Ver capítulo 7.1 y entrevista a Giuliano.</p> <p>- Nuestro socio Giuliano colabora en un proyecto de limpieza y recuperación de un monte en Conversano en colaboración con una Asociación ambiental.</p>
	EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	
	EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	

Calidad, CR, IT, Controlling y Logística	EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	<p>SanLucar ha medido la huella de carbono de sus limones de Murcia y verificará la cantidad de gr. de CO<sub>2</sub> equivalente durante la siguiente campaña.</p> <p>En 2011 se ha comenzado a implantar un sistema de control logístico que incluirá un control de los kilómetros recorridos.</p> <p>Asimismo, SanLucar va a controlar también los kilómetros debidos a desplazamientos en avión. Así, nuestro proveedor de viajes registrará a partir de marzo de 2012 una tabla con los kilómetros recorridos.</p> <p>Ver Capítulos 3.4 y 7.</p>
Calidad, CR y responsables de las instalaciones en central y filiales	EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	<p>SanLucar ha sustituido esta campaña sus cámaras antiguas que utilizaban R22 por unas cámaras que utilizan NH3 (Amoníaco líquido). Se trata de un fluido refrigerante industrial que exige un mayor control preventivo en cuanto a seguridad de los trabajadores, pero tiene menor impacto ambiental tanto en cuanto a su incidencia sobre la capa de ozono como en su contribución al efecto invernadero. El dato sobre el consumo de NH3 se incluirá en la siguiente Memoria.</p>
	EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	<p>Nuestras actividades son eminentemente naturales y no industriales, con lo que nuestro aporte a los NOx y SOx es mínimo en relación. Además, para la refrigeración en nuestro centro logístico en Ettlingen utilizamos agua y sal y nuestros proveedores de transporte han firmado nuestro compromiso ambiental (incluido en el Código Ético).</p>
Área de Recursos (dato administrativo), Calidad y SanLucar Internacional (dato producción)	EN21	Cantidad total vertida de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	<p>Las aguas residuales urbanas procedentes de nuestras actividades administrativas se vierten a la red de alcantarillado. La dosis y concentración de los fertilizantes se adapta a las necesidades de la planta, al suelo y a las condiciones climáticas para evitar un aporte en exceso. Se dispone asimismo de medidas de contención de lixiviados (Global G.A.P.). Por otro lado, para evitar la lixiviación en almacén, la superficie del mismo está siempre pavimentada y adecuadamente confinada. No se dispone de datos sobre la cantidad de aguas vertidas.</p>
	EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	<p>SanLucar realiza la segregación de residuos urbanos en todas sus sedes. Asimismo, desde mayo de 2012 y coincidiendo con el traslado de nuestra plataforma intermedia de Puzol a La Vall d'Uixó, se ha contratado un servicio de reciclaje y valorización de residuos, distinguiendo cartón, madera, film, flejes y cantoneras. El dato sobre peso de residuos gestionados en La Vall d'Uixó se aportará en la siguiente Memoria. Por otro lado, en Túnez se han habilitado zonas de almacenamiento de cartón, plástico y madera...que se venden a una empresa autorizada de reciclaje. El plástico de los invernaderos se lo llevan cada vez que se llena la zona de almacenamiento a una fábrica de reciclaje. Los palés de madera son reutilizados.</p> <p>Ver Capítulo 7.</p>

Calidad	EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No se han producido derrames accidentales.
CR	EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	<p>El tóner y los RAEE (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos) generados en la central se gestionan adecuadamente según la legislación ambiental vigente. Las pilas usadas son recogidas por la Fundación para la Gestión Medioambiental de Pilas que garantizan la correcta gestión conforme a lo previsto en la legislación vigente. Los residuos de envases fitosanitarios se gestionan siempre a través de un gestor autorizado, para lo que buscamos empresas autorizadas locales. SanLucar no realiza mantenimiento en línea de los vehículos ni tratamientos que sean generadores de residuos peligrosos.</p> <p>El aceite de oliva SanLucar es el único producto que requiere transformación. El alperujo de SanLucar se convierte en energía (biomasa).</p>
	EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	Ver EN12 y EN13
Calidad, CR, Packaging y Logística	EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	<p>Capítulo 7. Compromiso con el medio ambiente. Por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se mide la huella de carbono del limón.</li> <li>• Se innova en packaging.</li> <li>• Se reduce la cantidad de fitosanitarios empleados y siempre los más respetuosos con el medio ambiente.</li> <li>• Mediante uso de mallas en el suelo se mantiene la humedad en el suelo, con tensiómetros se aplica la cantidad necesaria en el momento oportuno. Ahorro de 20 % de agua.</li> <li>• Mediante el uso de elementos calibrados se mejora un 30 % la posible deriva de los tratamientos empleados.</li> </ul> <p>etc.</p>
Packaging y Controlling	EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	<p>Ver EN2 y Anexo 3. No podemos saber si el consumidor final recicla nuestro material de packaging, si bien en nuestros mercados servidos existe un sistema integral para el reciclaje de los residuos. Asimismo, reciclamos los residuos en nuestra plataforma intermedia y centro logístico.</p> <p>Ver Capítulo 7.3</p>
Legal	EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	No hemos identificado ningún incumplimiento de la legislación o de la normativa. No hemos sido sancionados por incumplimiento de la normativa ambiental.

Logística Recursos Humanos (central y filiales)	EN29	Impactos ambientales significativos derivados del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como, del transporte de personal.	<p>SanLucar no dispone de flota propia para el transporte del producto, sino que trabaja con proveedores de transporte. Se gestiona desde el departamento de logística. Dicho departamento trabaja en minimizar año tras año los impactos derivados del transporte. Actualmente, los porcentajes de transporte de SanLucar son (AÉREO 0,25% MARÍTIMO 19,41% TERRESTRE 80,34%).</p> <p>El departamento de Logística, Controlling e IT trabajan en un proyecto para medir las distancias de las rutas logísticas y su impacto en términos de emisiones para su optimización.</p> <p>Todos los proveedores de transporte firman nuestro Código Ético y han sido homologados.</p> <p>En cuanto al transporte del personal, en España se trabaja en nuestra nueva plataforma de carpooling. Dicha plataforma nos permitirá medir y minimizar el impacto del transporte del personal a la central en términos de consumo de combustible y emisiones de GEI. En Túnez se pone a disposición de los empleados un transporte de ruta.</p> <p>Para el limón, se ha realizado la medición de la huella de carbono, incluyendo el transporte a Ettlingen.</p>
Finanzas	EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	Anexo 3.

ÁREA RESPONSABLE	INDICADORES		RESULTADO CAMPAÑA 2011/2012 O LOCALIZACIÓN EN LA MEMORIA
	CÓDIGO	DEFINICIÓN	
<b>INDICADORES LABORALES</b>			
Recursos Humanos (central y filiales)	LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región, dividido por sexo.	Ver Anexo 3.
	LA2	Número total y de nuevas contrataciones de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	La tasa media de fluctuación para: Sede de España: 3% Sede de Austria: 6,25% Sede de Ettlingen: 24% (por causa de la reestructuración) Tasa de fluctuación = Bajas/número de empleados*100
	LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por departamentos importantes.	Los beneficios sociales son iguales para todos. El 80% de los empleados del Grupo tiene contrato fijo. Capítulo 3.
	LA15	Porcentaje de reincorporación al trabajo y tasa de retención después de permiso parental, por sexo.	Reincorporación completa, jornada parcial y home office en determinados casos. Por lo tanto, 100%  Ver Capítulo 3.

	LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	100% En el caso de no existir un convenio colectivo, se aplica el estatuto de los trabajadores o legislación local laboral.
	LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	Especificado en el convenio colectivo o legislación local.  Periodos preaviso según convenio en España - Directores/Mandos intermedios 60 días Técnicos 30 días Administrativos/Operarios 15 días
Recursos Humanos (central y filiales)  Comité de Seguridad y Salud	LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	<p>Creación del comité de seguridad y salud de SanLucar Fruit en febrero 2010. El comité se forma de 8 personas, de ellos son 4 representantes trabajadores y 4 personas de la dirección. Alcance oficina Puzol y almacén en La Vall d'Uixó.</p> <p>Tuvieron lugar 4 reuniones del Comité de Seguridad y Salud el último año.</p> <p>Los comités funcionan a nivel centro de trabajo.</p> <p>En Túnez se espera la creación del Comité de Seguridad y Salud para finales de año.</p> <p>En Austria existe 1 responsable de seguridad y salud y sistema de gestión implantado; 3 con formación en primeros auxilios.</p> <p>En Alemania se espera la creación del comité de Seguridad y Salud para 2013. Actualmente existe un responsable.</p>
Recursos Humanos (central y filiales)	LA7	Tasas de accidentalidad, absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y sexo.	<p>Tasa de absentismo (número de días en total que no se ha ido a trabajar/número de días laborables*empleados); hasta ahora no se ha medido. Se aportará dato en la siguiente Memoria.</p> <p>Austria: no ha habido accidentes ni incidentes.</p> <p>Alemania: Baja laboral 40 días por hombres y 45 por mujeres.</p> <p>En SanLucar Fruit: Accidentes /incidentes sin baja -&gt; 7 Accidentes con baja -&gt; 2</p> <p>En Túnez, 993 días perdidos en total por causa de baja laboral.</p>

Comité de Seguridad y Salud y CR	LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Campaña antitabaco en Austria. Campaña de donación de sangre en Puzol y revisiones médicas. Enfermera en Túnez y equipo de medicina preventiva. Sesiones de información con respecto a la prevención de enfermedades venéreas en Ecuador (voluntariado internacional). Formación en higiene y manipulación de alimentos. Programas de formación de PRL (entre las empresas españolas) Seguridad en oficinas 71 Trabajos explosivos 4 Manipulador de alimentos 1 Seguridad en puestos de mantenimiento 1 Seguridad en puestos de calidad 2 Uso correcto de los EPI (equipos de protección individual) 6 Seguridad en puestos de almacén 2 En Austria: 16 h IFS/HACCP 48 h primeros auxilios
			Previstas campañas de prevención de enfermedades venéreas en RSA.
			Ver LA6
			35 horas de formación al año por empleado, independientemente del género.  Los programas de gestión de habilidades han sido para dos mujeres en la campaña 2011/2012 y suponen un total de 638 horas.
Recursos Humanos y Comité de Seguridad y Salud	LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	Ver LA6
Recursos Humanos	LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y categoría de empleado.	35 horas de formación al año por empleado, independientemente del género.  Los programas de gestión de habilidades han sido para dos mujeres en la campaña 2011/2012 y suponen un total de 638 horas.
	LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Capítulos 3 y 5.2  Formación para desarrollo en Austria : 29 h clases de inglés Programa de formación para desarrollo en España: Gestión de habilidades en España - 638 horas - Coaching ejecutivo, Máster Agroecología (en los dos casos formaciones ofrecidas a mujeres) 3.493 horas en idiomas.
	LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, por sexo.	100%, independientemente del género. El sistema de objetivos de SanLucar se gestiona online a través de una nueva herramienta informática.

	LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y división de la plantilla por categoría de empleados, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Ver indicador 4.3 y Capítulo 3.3, así como, Anexo 3. (tabla)
	LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y departamentos importantes.	El salario entre hombres y mujeres es el mismo para los diferentes niveles profesionales a igualdad de responsabilidades, y está regulado por los convenios colectivos y legislación laboral. Así se especifica en el Código Ético y se aplica en las políticas empresariales. Ver Capítulo 3.3

ÁREA RESPONSABLE	INDICADORES		RESULTADO CAMPAÑA 2011/2012 O LOCALIZACIÓN EN LA MEMORIA
	CÓDIGO	DEFINICIÓN	
<b>INDICADORES DE DERECHOS HUMANOS</b>			
Legal	HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos y contratos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	80% de los contratos de provisión de bienes y/o servicios. SanLucar requiere desde 2010 en los contratos firmados con los proveedores una serie de cláusulas en virtud de las cuales el proveedor se compromete a no vulnerar ninguno de los principios establecidos en nuestro Código Ético. Ver Capítulos 4.2 y 6.6  Acuerdos de inversión – Sale of Business Agreement (21.12.2011): Adquisición de una finca en Sudáfrica donde se va implantar una política conocida como «Black Economic Empowerment» (BEE), orientada a mejorar las condiciones de la población desfavorecida durante la época del apartheid.
Calidad	HR2	Porcentaje de los principales distribuidores, contratistas y otros socios comerciales que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	Ver Capítulo 4.1  100%  Las auditorías de homologación de nuestros proveedores tanto de fruta y verdura como de transporte, así como, las plataformas intermedias incluyen cuestiones éticas, medio ambientales y de calidad. Asimismo el contrato firmado por los proveedores, anteriormente mencionados, incluye el compromiso con nuestro código ético SanLucar. Nuestro código ético se basa en la norma SA 8000 y los principios del Global Compact.

Recursos Humanos	HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Un 90% están formados - 26 horas de formación la última campaña. Formación en los aspectos de la SA8000 al 100% de los empleados de SL Fruit. Actualmente, nos encontramos en fase de implantación de la SA8000 en SanLucar Deutschland GmbH, SanLucar Import GmbH, SanLucar Vertrieb, SanLucar Obst und Gemüse Handels GmbH .
Calidad	HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	No se han detectado incidentes de discriminación, trabajo infantil o trabajo forzoso u obligatorio. Todos estos son indicadores de seguimiento de la SA8000. Ver HR2  SanLucar está adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde el año 2011, está certificado por la SA8000 desde marzo 2010, e incluye en sus contratos una cláusula de compromiso del cumplimiento de sus principios y el código ético de SanLucar.
	HR5	Actividades de la compañía y proveedores significativos identificados, en los que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Nuestro proceso de identificación y evaluación del riesgo ético está definido por nuestro sistema integrado teniendo en cuenta la norma SA8000, ISO 9001 e IFS. Asimismo, nuestro mapa de riesgos incluye el »RIESGO ÉTICO«, gestionado en nuestro sistema de gestión del riesgo.
	HR6	Actividades y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	
	HR7	Operaciones y proveedores significativos identificados con riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas formas de trabajo forzado o no consentido.	
SanLucar Internacional	HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Túnez: 16 Sudáfrica: 12 Es una empresa externa, a la que se forma en nuestro Código Ético igualmente.
Legal	HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	La estructura internacional de SanLucar desarrolla sólo funciones administrativas en zonas urbanas y actividades agrícolas en zonas rurales destinadas a la producción agrícola.  Ningún incidente en este aspecto.

Comité de Riesgos	HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones de derechos humanos y/o evaluaciones de impactos.	Ver HR1. Asimismo, nuestro mapa de riesgos incluye el »RIESGO ÉTICO«, gestionado en nuestro sistema de gestión del riesgo.
Legal	HR11	Número de quejas y reclamaciones en relación con derechos humanos, destinadas y solucionadas por mecanismos formales de reclamación.	No se han presentado quejas ni reclamaciones relacionadas con derechos humanos.

ÁREA RESPONSABLE	INDICADORES		RESULTADO CAMPAÑA 2011/2012 O LOCALIZACIÓN EN LA MEMORIA
	CÓDIGO	DEFINICIÓN	
<b>INDICADORES SOCIALES</b>			
SanLucar Internacional y CR	SO1	Porcentaje de operaciones con participación local en las comunidades, evaluación de impacto y programas de desarrollo.	Capítulo 5. Política de contratación local; actuaciones con la comunidad.
SanLucar Internacional y Comité de riesgos	SO9	Operaciones con potencial significativo o impactos negativos reales en comunidades locales.	No se identifican impactos negativos producidos por nuestras operaciones sobre la comunidad local, sino por el contrario un impacto positivo.
	SO10	Prevención y medidas de mitigación implementadas en operaciones con potencial significativo o de impacto verdaderamente negativo en comunidades locales.	
Comité de riesgos	SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Firma del Pacto Mundial y Código Ético Mediante la aplicación del sistema de gestión del riesgo se analiza el riesgo de corrupción. Ver Capítulo 2.5
Comité SA8000	SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	El 100% de la plantilla conoce el Código Ético de SanLucar (el punto 10 es relativo a medidas anticorrupción).  En la siguiente campaña se realizará una formación con respecto al sistema de gestión del riesgo, incidiendo en aquellos riesgos más importantes. Actualmente, sólo un 13 % de SL Fruit y un 1,5 % del Grupo SanLucar Fruit están formados en este tipo de riesgos (Comité de Crisis y dueños de los riesgos).
Legal	SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Ningún incidente de corrupción.
CR	SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de »lobbying«.	SanLucar participó este año en: - Conferencia Internacional de CSR en Berlín. - Presentación del programa de EARTH y el Gobierno de Costa Rica sobre participación de la juventud contra el cambio climático.  Asimismo, SanLucar ha firmado el Pacto Mundial y el Charter de Diversidad.

Finanzas (central y filiales)	SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	Cero. No ha habido aportaciones de este tipo.
Legal	SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	No ha habido prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.
	SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	No ha habido sanciones de este tipo. No ha habido multas de este tipo.

ÁREA RESPONSABLE	INDICADORES		RESULTADO CAMPAÑA 2011/2012 O LOCALIZACIÓN EN LA MEMORIA
	CÓDIGO	DEFINICIÓN	
<b>INDICADORES DE PRODUCTO</b>			
Calidad	PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	100% ISO9001, QS, IFS, APPCC, Global G.A.P.  Programa de reducción de pesticidas: La reducción del número y concentración de residuos de plaguicidas es un objetivo continuo y prioritario. Mediante la selección de los mejores agricultores, trabajo continuo con los equipos técnicos de ambas partes donde se estudian los residuos detectados en anteriores campañas y búsqueda de alternativas, son algunos de los procesos que son aplicados para estar cada vez más cerca del objetivo de conseguir productos con cero residuos.  Reducción del impacto: El uso de productos de origen natural, medidas del cultivo sostenible, variedades resistentes y zonas de cultivo seleccionadas con una presión baja de plagas. Apostamos por una lucha integrada y sostenible de plagas por motivos de salud y medioambientales.  Se hacen estudios históricos de los residuos detectados para verificar la mejora continua y poder aplicar en cada momento medidas correctoras. Estos programas se aplican a todos los productos de Chile, Fresa y cítricos de España y Uva de Italia (34,48% de productos SanLucar en cuanto a volumen de ventas - facturación datos campaña 2011/2012).
	PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No se ha producido ningún incidente.  Nuestro sistema preventivo: Selección y dar de alta de las parcelas, las cuales cumplen a 100% nuestras especificaciones, así aseguramos la salud y seguridad. Nuestros productos seleccionamos según nuestras especificaciones y estándares directamente en campo. Estas tablas de parcelas con la información están a disposición a los clientes a través de nuestro por tal web.

	PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Cumplimos las especificaciones de etiquetaje SanLucar que se basan en la siguiente legislación: Reglamento de ejecución (UE) No. 543/2011 de la Comisión Europea del 7 de junio de 2011, para la comercialización de frutas y verduras, el Reglamento (UE) No. 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo del 25 de octubre de 2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, así como las diferentes normas de la Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas (UNECE). Asimismo, nuestro sistema de trazabilidad asegura una información específica (ver Capítulo 6.2) Se aplica al 100% de los productos.
	PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No se han registrado incidentes Sistema preventivo Puntos de control intermedio Ver capítulo 6.2
	PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios que miden la satisfacción del cliente.	Ver capítulo 6.3
Comunicación Corporativa y Marca	PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, actividades promocionales y los patrocinios.	SanLucar vende fruta y verdura. Se trata de un producto sano y no prohibido en los mercados. Además, SanLucar realiza un marketing responsable y se basa para ello en códigos internacionales y propios. Nuestro Marketing anima a los consumidores a comer sano y aporta ideas creativas para conseguirlo (recetas por ejemplo).
	PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	En la campaña 2011/2012 se ha producido un aviso oficial por publicidad confusa para el producto Vitamin-C Bomben. En la siguiente campaña se determinarán las medidas a seguir.
IT	PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	LOPD (Ley de Protección de Datos) Se han establecido mecanismos para el Portal WEB. SL Technologies pasan una auditoría externa.
Legal	PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	0. No se ha producido.

ÁREA RESPONSABLE	INDICADORES		RESULTADO CAMPAÑA 2011/2012 O LOCALIZACIÓN EN LA MEMORIA
	CÓDIGO	DEFINICIÓN	
<b>INDICADORES PROPIOS SANLUCAR</b>			
Calidad	SL1	Porcentaje de proveedores y subcontratistas que han sido auditados conforme a un procedimiento escrito que especifique el cumplimiento de los estándares éticos y ambientales de SanLucar.	100% de los proveedores de frutas y verduras están auditadas conforme los estándares éticos. 100% de los transportistas, plataformas intermedias y otros proveedores de servicios están auditados según los estándares éticos y medioambientales. <1% de los proveedores de fruta y verdura están auditados según el perfil productor (aspectos éticos, medioambientales y calidad), el cual se desarrolló en la campaña 2011/2012 y se ha comenzado con su implantación.  Nuestro objetivo es auditar el 100% de los proveedores de frutas y verduras históricos, que son los que llevan más de 3 años trabajando con SanLucar, según el perfil del productor.
	SL2	Porcentaje de las actividades de SanLucar que cumplen los estándares internacionales de excelencia para las actividades descritas en la Memoria (cubiertos por el sistema integrado de gestión).	100%  Asimismo, durante la campaña 2011/12 se comienza con el proyecto de certificación corporativa cuyos objetivos son: - Mejorar la certificación de los sistemas de gestión que actualmente posee SanLucar. Por motivos de ampliar nuestras estructuras en las zonas productoras, se realiza desde la campaña 2011/2012 la certificación de todos los procesos de las nuevas empresas creadas.  En Marzo de 2012 se incorpora SanLucar Vertrieb Deutschland a la certificación IFS, dando comienzo al proceso de Certificación Corporativa. En septiembre de 2012, se realizará la certificación bajo la norma ISO 9001 de SanLucar Fruit, SanLucar Vertrieb Deutschland, SanLucar Deutschland, y SanLucar Fruit Import. Estas 3 últimas se certifican por primera vez debido al proceso de Certificación Corporativa. En Abril de 2013, se realizará la certificación bajo la norma IFS de SanLucar Fruit, SanLucar Vertrieb Deutschland, SanLucar Deutschland, y SanLucar Fruit Import. Estas 2 últimas se certifican por primera vez a esta certificación debido al proceso de Certificación Corporativa.
CR	SL3	Número de países en los que SanLucar está desarrollando algún proyecto de mejora social.	Cuatro (España, Austria, Túnez, Costa Rica)

## Anexo 2. Informe del progreso

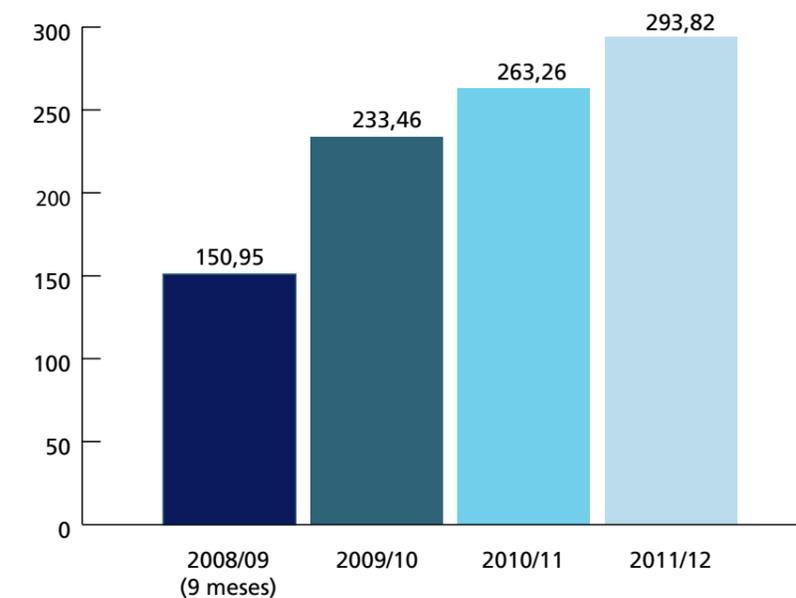
PRINCIPIO DEL PACTO MUNDIAL		AVANCE/PROGRESO	
Nº	Definición Principio	Proyectos e iniciativas relacionados/as	Indicadores relacionados
<b>Derechos Humanos</b>			
1	Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional.	El avance consiste en este caso en suponer los mismos derechos para todos/as. Para ello, nuestro código ético se ha traducido a 6 idiomas y se han desarrollado programas concretos para algunos de los países en los que estamos presentes, como Túnez.	4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13. LA4, LA6, LA7, LA8, LA9, LA13, LA14, EC5, HR1, HR2, HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, HR9, SO5, PR1, PR2
2	Asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.	SanLucar cuenta con un código ético que se aplica a todos los niveles, un sistema integrado de gestión basado entre otros en la Norma Internacional SA8000 y una red de embajadores de CR por todo el mundo. Además, SanLucar realiza una homologación ética de todos sus proveedores y un perfil del productor en 3 dimensiones (calidad, ética, medio ambiente).	4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, HR1, HR2, HR3, HR4, HR5, HR6, HR7, HR8, HR9, SO5
<b>Condiciones Laborales</b>			
3	Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	Herramientas especificadas para la gestión ética (ver Principio 2) Para evitar la discriminación basada en género o en cualquier otro aspecto, SanLucar aplica su plan de igualdad y dispone de un Comité de Igualdad y un agente de Igualdad (Stefanie Müller) que se reúne periódicamente con la Dirección y el representante de los trabajadores.	4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, LA4, LA5, HR1, HR2, HR3, HR5, SO5
4	Eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.	En Túnez pagamos una prima escolar para que todos los hijos de nuestros empleados vayan a la escuela y el salario está por encima de la media de país.	4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, HR1, HR2, HR3, HR7, SO5
5	Abolir de forma efectiva el trabajo infantil.	En Túnez pagamos una prima escolar para que todos los hijos de nuestros empleados vayan a la escuela y el salario está por encima de la media de país.	4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, HR1, HR2, HR3, HR6, SO5
6	Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	También trabajamos en el desarrollo económico de las comunidades con proyectos concretos, como el apoyo a la artesanía tradicional.	4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, EC7, LA2, LA13, LA14, HR1, HR2, HR3, HR4, SO5

Medio Ambiente			
7	Apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.	Se ha identificado el riesgo ambiental en el sistema de gestión del riesgo, y una serie de medidas preventivas (evaluación de aspectos e impactos ambientales).	4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.11, 4.12, 4.13, EN18, EN26, EN30, EC2, LA4, SO5
8	Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.	La difusión de la política ambiental de SanLucar y de las mejores prácticas ambientales es la mejor forma de promover la responsabilidad ambiental no sólo entre los empleados de SanLucar, sino también entre clientes, agricultores y proveedores. Sensibilización continua a través la comunicación interna y formación a personas claves.	4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, EN1, EN2, EN3, EN4, EN5, EN6, EN7, EN8, EN9, EN10, EN11, EN12, EN13, EN14, EN15, EN16, EN17, EN18, EN19, EN20, EN21, EN22, EN23, EN24, EN25, EN26, EN27, EN28, EN29, EN30, SO5, PR3, PR4
9	Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.	El conocimiento de las mejores tecnologías disponibles y su difusión es uno de los compromisos de SanLucar con sus agricultores - compartir el conocimiento y ayuda para su aplicación, siempre que sea necesario.	4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, EN2, EN5, EN6, EN7, EN10, EN18, EN26, EN27, EN30, SO5
Anticorrupción			
10	Actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.	Herramientas especificadas para la gestión ética (ver Principio 2). Antes de trabajar con nuevos partners (socios) hacemos un análisis exhaustivo, actuando siempre con nuestros valores y principios del código ético.	4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.12, 4.13, SO2, SO3, SO4, SO5, SO6

## Anexo 3. Datos corporativos

### Perfil financiero

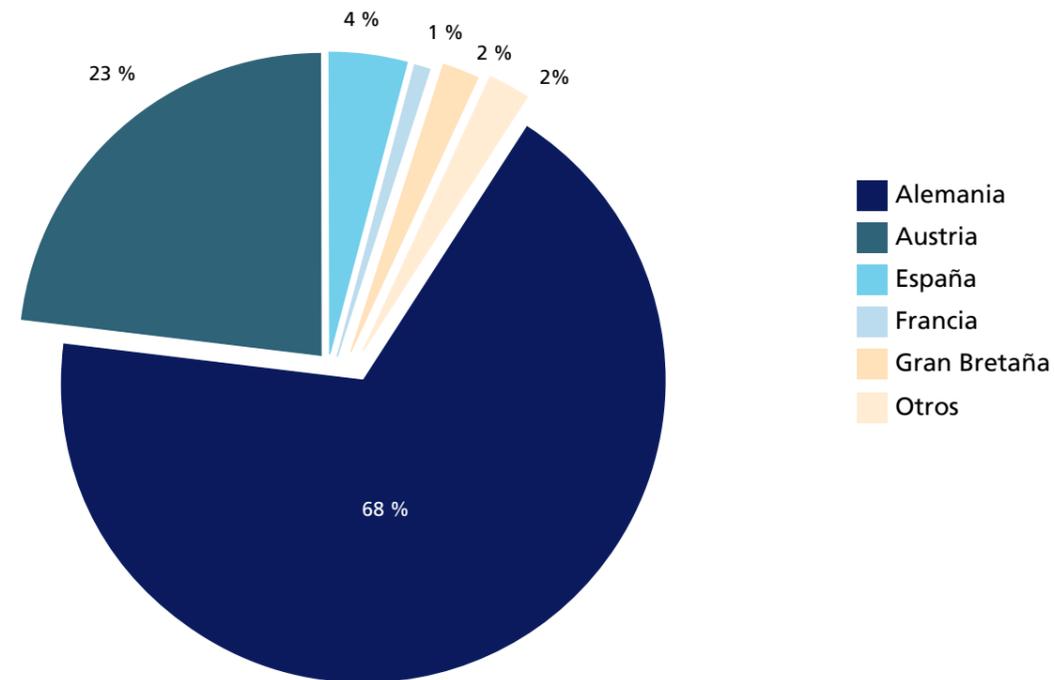
Evolución ventas en millones de €



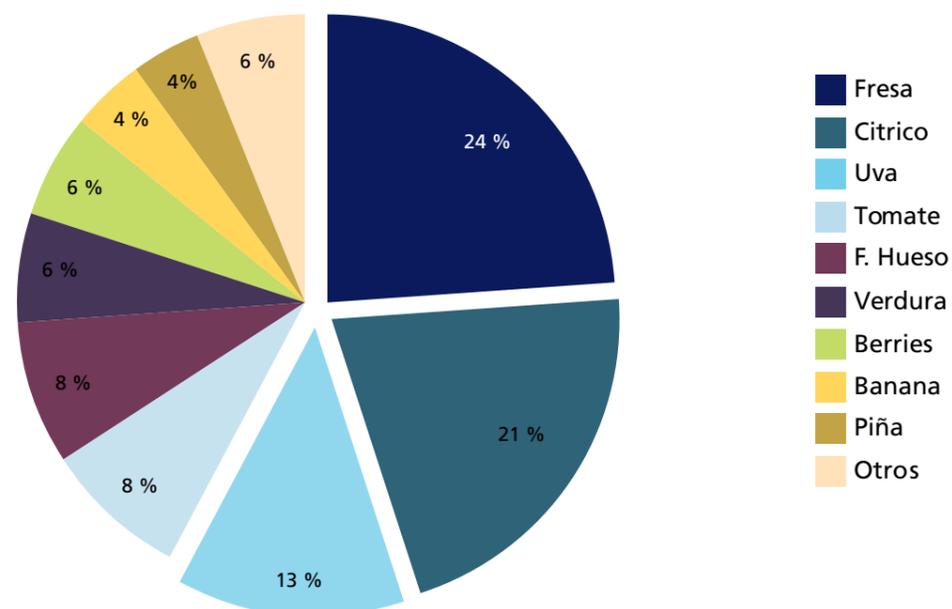
Inversión responsable (social y ambiental) en Euros		
Nombre de la empresa	Desde campaña 2008/2009	2011/2012
SanLucar Fruit S.L.		177.056,69
La Cinqüème Saison S.A	2.180.000	780.000
SanLucar South Africa Citrus (Pty) Ltd*		40.000
Otras inversiones (acciones de compromiso social en Austria)		50.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.047.056,69</b>

(\*).Actividad desde Abril 2012

Distribución de las ventas por países campaña 2011/12



Distribución de las ventas por productos campaña 2011/12



## Cifras sobre empleados

Número de empleados (dato consolidado)				
Categoría profesional	Hombres	Mujeres	Total	Cuota mujeres
Directivos/as (Comité Ejecutivo)	5	0	5	0,00%
Directores/as (Comité de Dirección)	9	5	14	35,71%
Gerentes/Managers	28	17	45	37,78%
Administrativos/as	17	66	83	79,52%
Técnicos/as	82	47	129	36,43%
Comerciales	16	27	43	62,79%
Personal en almacén y producción	373	782	1.155	67,71%
<b>Total</b>	<b>530</b>	<b>944</b>	<b>1.474</b>	<b>64,04%</b>

España			
Categoría profesional	Nº medio de empleados		
	Hombres	Mujeres	Total
Directivos/as	3	0	3
Directores/as	6	2	8
Gerentes	8	12	20
Administrativos/as	5	38	43
Técnicos/as	42	34	76
Comerciales	5	9	14
Mozos/as u operarios/as	2	1	3
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>96</b>	<b>167</b>

Portugal			
Categoría profesional	Nº medio de empleados		
	Hombres	Mujeres	Total
Directivos/as			0
Directores/as			0
Gerentes	1		1
Administrativos/as		1	1
Técnicos/as	1	1	2
Comerciales			0
Mozos/as u operarios/as	2	1	3
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>7</b>

Austria			
Categoría profesional	Nº medio de empleados		
	Hombres	Mujeres	Total
Directivos/as			0
Directores/as	1		1
Gerentes			0
Administrativos/as	4	3	7
Técnicos/as			0
Comerciales	3	4	7
Mozos/as u operarios/as	17	0	17
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>7</b>	<b>32</b>

Alemania			
Categoría profesional	Nº medio de empleados		
	Hombres	Mujeres	Total
Directivos/as	1	0	1
Directores/as	2	0	2
Gerentes	4	0	4
Administrativos/as	1	9	10
Técnicos/as	14	4	18
Comerciales	6	8	14
Mozos/as u operarios/as	1	0	1
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>21</b>	<b>50</b>

Túnez			
Categoría profesional	Nº medio de empleados		
	Hombres	Mujeres	Total
Directivos/as	1 *		1
Directores/as		2	2
Gerentes	12	3	15
Administrativos/as	6	12	18
Técnicos/as	20	8	28
Comerciales	1	6	7
Mozos/as u operarios/as	198	594	792
<b>Total</b>	<b>238</b>	<b>625</b>	<b>863</b>

\* Misma persona para Túnez y Sudáfrica

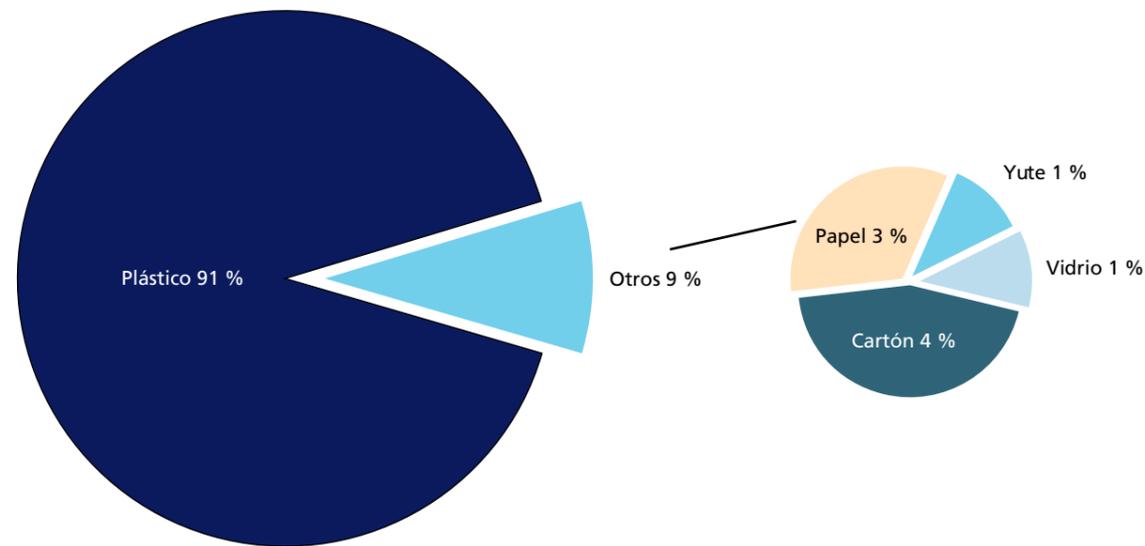
Sudáfrica			
Categoría profesional	Nº medio de empleados		
	Hombres	Mujeres	Total
Directivos/as	1 *		0
Directores/as		1	1
Gerentes	3	2	5
Administrativos/as	1	3	4
Técnicos/as	5		5
Comerciales	1		1
Mozos/as u operarios/as	153	186	339
<b>Total</b>	<b>163</b>	<b>192</b>	<b>355</b>

## ■ Materiales utilizados para Packaging

Material	Peso material (kg)
Cartón transporte	3.218.530
Madera	1.090.151
Plástico	709.263
Cartón	688.070
Papel	127.506
Yute	9.527
Vidrio	7.095
Mimbre	537
Paja	503
Corcho	36
Tela	27
<b>Total general</b>	<b>5.851.245</b>

Destino del material	Consumidor	Supermercado	Total general
Principal (Caja)	366.968	4.599.627	4.966.595
Subenvase (envase que llega al consumidor)	781.989	102.661	884.650
<b>Total general</b>	<b>1.148.957</b>	<b>4.702.288</b>	<b>5.851.244</b>

### Desglose de materiales que llegan al consumidor (subenvase)



### Anexo 4. Contactos

#### Ilka Hein

Head of Communication, PR and CR  
 Oficina Alemania  
 Ilka habla alemán e inglés  
 Mobile: +49 170 913 6882  
 Mail: ilka.hein@sanlucar.com

#### Delia García

Corporate Responsibility Manager  
 Oficina España/internacional  
 Delia habla español, inglés, alemán, portugués  
 Phone: +34 961 42 40 40 | Extn.2192  
 Mobile: +34 648 039 692  
 Fax: +34 961 424 247  
 Mail: delia.garcia@sanlucar.com

#### Nancy Daiss

Corporate Responsibility Project Developer  
 Oficina España/internacional  
 Nancy habla alemán, español, inglés, francés  
 Phone: +34 961 42 40 40 | Extn.2258  
 Mobile: +34 618 902 836  
 Fax: +34 961 424 238  
 Mail: nancy.daiss@sanlucar.com

### Anexo 5. Certificados

Certificados ISO, SA8000, IFS y QS



## Anexo 6. Glosario

### ■ Responsabilidad Corporativa

»La Responsabilidad Social Empresarial supone la integración voluntaria y más allá de la estricta legislación, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores«, definición del Libro Verde de la Comisión Europea »Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas«, 2001.

### ■ Stakeholders, partes interesadas o grupos de interés

Se denominan Grupos de interés, stakeholders o partes interesadas a aquellos individuos o grupos que tienen un interés en cualquier decisión o actividad de una organización. Estos grupos pueden influir de forma directa o indirecta en el desarrollo de la actividad de la organización, y pueden ser internos o externos a dicha organización.

### ■ Indicadores GRI (Global Reporting Initiative)

GRI produce un marco para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad para todo tipo de organizaciones en el mundo. El Marco incluye una guía para la elaboración de Memorias, que establece los principios y los indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social.

[www.globalreporting.com](http://www.globalreporting.com)

### ■ El Pacto Mundial de las Naciones Unidas

El por entonces Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, presentaba en la Cumbre Económica Mundial en Davos en 1999, una iniciativa dirigida a las empresas que persigue la implantación de unos principios básicos de conducta y acción, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Los diez principios del Pacto Mundial se encuentran fundamentados en las principales Declaraciones y Convenciones Universales (como la Declaración Universal de los Derechos Humanos), y se articulan en cuatro áreas temáticas: Derechos Humanos, Estándares o Normas Laborales, Medio Ambiente y Anti-corrupción.

Actualmente, más de 8.000 entidades distribuidas en más de 116 países de todo el mundo se encuentran adheridas al Pacto Mundial. La adhesión al Pacto Mundial implica el compromiso voluntario de las empresas a alinear sus estrategias y operaciones con diez principios universalmente aceptados.

Las empresas que firman el Pacto Mundial, se comprometen a respetar los siguientes principios:

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional.
2. Asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.
3. Respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
4. Eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.
5. Abolir de forma efectiva el trabajo infantil.
6. Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.
7. Apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales.
8. Adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.
9. Fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.
10. Actuar contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

[www.unglobalcompact.com](http://www.unglobalcompact.com)

### ■ La SA8000

»La Responsabilidad Social Empresarial supone la integración voluntaria y más allá de la estricta legislación, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con sus interlocutores, definición del Libro Verde de la Comisión Europea »Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas«, 2001.«

La Norma Social Accountability (SA) 8000 se desarrolló sobre la base de la Convención Internacional de Derechos Humanos y por recomendación de la Organización Internacional de Trabajo con la intención de mejorar las condiciones laborales, especialmente las de las empresas de proveedores de países en desarrollo a nivel mundial, el de permitir que las empresas que se certifiquen en ella puedan garantizar a sus clientes que sus productos son elaborados bajo condiciones de trabajo humanitario. En el desarrollo de las normativas, tomaron parte representantes de empresas, ONG, oficinas gubernamentales, trabajadores, sindicatos y comercios de todos los sectores empresariales.

La norma está basada en numerosos documentos internacionales existentes sobre derechos humanos, incluyendo las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño. Asimismo, en el desarrollo de la SA8000 se observó el cumplimiento de los sistemas de gestión, como el de la norma ISO 9000 (gestión de calidad) o el de serie de la norma ISO 14001.

- Prohibición del trabajo Infantil.
- Prohibición del trabajo forzado.
- Garantizar la higiene y seguridad en el lugar de trabajo.
- Derecho de libertad de asociaciones de trabajadores y negociaciones colectivas.
- Prohibición de la discriminación.
- Prohibición de medidas disciplinarias de castigo.
- Limitación del horario de trabajo semanal a máximo 48 horas (y adicionalmente 12 horas extras máximas voluntarias por semana).
- Remuneración suficiente.
- La presencia de un sistema de gestión que mantenga estas condiciones y las garantice eficientemente.

### ■ UPJ

UPJ es una red alemana de empresas y organizaciones de tamaño mediano comprometidas y de utilidad pública. Los miembros como: empresas, organizaciones benéficas y la administración pública, se apoyan mutuamente en el desarrollo y la realización de su ciudadanía corporativa y actividades de Responsabilidad Social. <http://www.upj.de/>

### ■ BEE – Black Economic Empowerment

El gobierno de Sudáfrica estableció el Black Economic Empowerment como medida legal en enero 2004 siendo un instrumento de la política de igualdad. El objetivo del programa es fortalecer la igualdad de oportunidades en el mercado laboral, en la promoción de la educación, en la creación de la propiedad, en la provisión de puestos directivos, en el desarrollo socioeconómico y la contratación pública de la población anteriormente desfavorecida (negros, mestizos, indios / asiáticos) en las organizaciones.

## ■ KAM (Key Account Manager)

La tarea de un Key Account Manager es ocuparse de los clientes. El KAM se ocupa de lo que es importante para estos clientes y les representa a ellos y sus intereses ante la empresa.

## ■ APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos)

El concepto APPCC es un sistema preventivo que garantiza la seguridad de alimentos y consumidores, y que debe incluir medidas específicas de procesos y productos para proteger la salud del consumidor.

## ■ IFS (International Food Standard)

IFS es un estándar de seguridad para alimentos de organizaciones alemanas y francesas del comercio minorista. Fue creado para introducir unas bases de valoración comunes para todos los productores de marcas propias.

## ■ Global G.A.P.

Global G.A.P. es un organismo privado que establece normas voluntarias a través de las cuales se pueden certificar productos agrícolas en todas partes del mundo. Se trata de un certificado de referencia para las Buenas Prácticas Agrarias, donde las expectativas de los consumidores representan la base para la producción agraria.

## ■ QS (Calidad y Seguridad)

La organización »QS Qualität und Sicherheit GmbH« es un sistema para asegurar la calidad comprobada desde la producción hasta la comercialización. Se trata de un sistema cruzado, que debe asegurar la calidad y la procedencia para la producción, la manipulación y la comercialización de alimentos en todas sus fases de su transformación. Para ello, QS realiza un control regular para asegurar que las empresas cumplen con los requisitos específicos de producción, transporte, almacenamiento e higiene.

## ■ Trazabilidad

Por trazabilidad se entiende, según el Reglamento (UE) 178/2002: »la posibilidad de encontrar y seguir el rastro – a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución – de un alimento o una sustancia destinada a ser incorporada en alimentos o con probabilidad de serlo«.



© Todos los derechos reservados. No se permite la reproducción total o parcial tanto del contenido como de las imágenes de esta Memoria, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio sin el permiso previo y por escrito de SanLucar Group.

La información de esta Memoria corresponde al periodo de actividad comprendido entre el 1 de julio de 2011 y el 30 de junio de 2012.

Para facilitar la lectura de esta Memoria, se ha utilizado en algunas frases la forma gramatical masculina como inclusiva de ambos géneros. Hacemos constar que todas las afirmaciones se aplican por igual a mujeres y hombres.

### ■ Contacto:

SanLucar Fruit, S.L. | Serra Llarga, 24 | 46530 Puzol | Valencia | España  
E-Mail: CR-Team@sanlucar.com

Síguenos en:



Esta Memoria ha sido autoverificada conforme al estándar GRI en su versión 3.1, y autodeclaramos un nivel de aplicación A.

